



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EXPERIENCIA PROFESIONAL APLICADA A LA PRODUCCIÓN Y  
EDICIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL DEL PROGRAMA  
TELEVISIVO “FACTOR TRABAJO” DEL MINISTERIO DE  
TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO 2015-2018

PRESENTADO POR  
ROBERTO EMILIO SINCHE MACIAS

ASESORA  
MELISSA HUAMAN HUILLCA

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2021



**Reconocimiento - No comercial**

**CC BY-NC**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, y aunque en las nuevas creaciones deban reconocerse la autoría y no puedan ser utilizadas de manera comercial, no tienen que estar bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y  
PSICOLOGÍA**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**EXPERIENCIA PROFESIONAL APLICADA A LA PRODUCCIÓN  
Y EDICIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL DEL PROGRAMA  
TELEVISIVO “FACTOR TRABAJO” DEL MINISTERIO DE  
TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO 2015-2018**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OBTENER  
EL TÍTULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR**

**ROBERTO EMILIO SINCHE MACIAS**

**ASESORA**

**Mg. MELISSA HUAMAN HUILLCA**

**LIMA, PERÚ**

**2021**

## **DEDICATORIA**

A mi padre Robert Max, mi madre Catalina, mi hermana Ana María, y mi novia y futura esposa Mayra, porque siempre están a mi lado brindándome su apoyo, consejos y guía para ser una mejor persona.

## **AGRADECIMIENTO**

A la USMP – Facultad de Ciencias de la Comunicación por darme todos los elementos fundamentales para desarrollarme profesionalmente en mi especialidad de audiovisuales.

Al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) y al programa “Factor Trabajo”, por formar parte de su institución, desarrollarme profesionalmente y empezar una linda experiencia que me ha llevado a conocer a profesionales muy destacados en el área de comunicación.

Al equipo de profesionales del área de audiovisuales del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) quienes ahora son grandes amigos.

## ÍNDICE

|  | <b>Págs.</b> |
|--|--------------|
| DEDICATORIA  | 2            |
| AGRADECIMIENTO   | 3            |
| ÍNDICE   | 4            |
| INTRODUCCIÓN   | 6            |
| CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO                                      | 9            |
| 1.1 Comunicación audiovisual                                   | 9            |
| 1.2 Medio audiovisual  | 9            |
| 1.3 El lenguaje audiovisual                                    | 10           |
| 1.4 Producción audiovisual                                     | 11           |
| 1.4.1 Desarrollo de proyecto                                   | 12           |
| 1.4.1.1 El guion dibujado                                      | 16           |
| 1.4.1.2 El Presupuesto   | 17           |
| 1.4.2 Preproducción  | 17           |
| 1.4.2.1 Documentos de producción                               | 18           |
| 1.4.3 Producción   | 20           |
| 1.4.3.1 Construcción de decorados y/o adecuación de locaciones | 21           |
| 1.4.3.2 Recursos de producción                                 | 22           |
| 1.4.3.3 Revisión material                                      | 24           |
| 1.4.4 Postproducción   | 25           |
| 1.4.4.1 Montaje o edición                                      | 26           |

|  |   |    |
|--|---|----|
| 1.4.4.2  | Sonido de postproducción                            | 27 |
| 1.4.4.3  | Copia final o Máster                                | 28 |
| 1.4.4.4  | Formatos, equipos y cargos                          | 28 |
| CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL |   | 30 |
| 2.1  | Experiencia laboral                                 | 30 |
| 2.2  | Reseña de experiencia laboral en el MTPE            | 31 |
| 2.3  | Factor Trabajo                                      | 35 |
| 2.3.1  | Propuesta creativa y pre producción                 | 35 |
| 2.3.2  | Nueva identidad de Factor Trabajo                   | 40 |
| 2.3.3  | Creación de una cuña de presentación                | 44 |
| 2.3.4  | Creación y desarrollo del programa Factor Trabajo   | 47 |
| 2.3.5  | Desarrollo de ediciones del programa Factor Trabajo | 49 |
| 2.3.6  | El nuevo “Factor Trabajo”                           | 51 |
| CAPÍTULO III: CONCLUSIONES                             |   | 57 |
| CAPÍTULO IV: FUENTES DE INFORMACIÓN                    |   | 60 |
| CAPÍTULO V: ANEXOS                                     |   | 62 |
| 5.1  | Anexo 1 Factor Trabajo año 2013                     | 63 |
| 5.2  | Anexo 2 Factor Trabajo año 2014                     | 65 |
| 5.3  | Anexo 3 Factor Trabajo año 2015                     | 66 |
| 5.4  | Anexo 4 Factor Trabajo año 2017                     | 67 |

## INTRODUCCIÓN

Producir un programa de televisión, un video institucional, un filme cinematográfico, un trabajo multimedia o cualquier otro producto audiovisual exige cumplir ciertas actividades necesariamente en diferentes etapas. Aunque estas fases no sean unificables totalmente para la variedad de productos como lo demandado por la industria audiovisual, si se debe dar respuestas a ciertas preguntas como: ¿Qué es lo que se debe registrar?, ¿Cuándo tendrá lugar?, ¿Quién debe estar presente?, ¿Dónde se producirá el registro?, y ¿Cómo se realizará? Además, otro factor a tener en cuenta es el factor económico, así como las ideas de explotación comercial.

Para llevar a cabo estas ideas al terreno real, los recursos que se necesitan para producir un programa de televisión, un video institucional o una producción cinematográfica, es necesario contar con un equipo de producción, que puede adoptar diferentes estructuras organizativas dependiendo de la dimensión y las características en detalle del programa a realizar.

Para el proceso de producción audiovisual se debe tener en cuenta los siguientes aspectos: i) descripción detallada del producto audiovisual (que incluye el guion), ii) determinar los recursos técnicos, humanos y materiales, iii) diseñar un plan de trabajo que asegure la ejecución eficaz del producto, iv) elaborar el presupuesto, v) controlar la aplicación del plan propuesto (plazos, calidad y costos), vi) realizar un balance o evaluación para identificar posibles errores para la mejora en futuros proyectos, y finalmente vii) conocer la respuesta del público.

El presente trabajo busca compartir mi experiencia en la colaboración realizada como parte del equipo de producción del programa de televisión “Factor Trabajo”, que se

transmitió por TV Perú los domingos a las 10 a.m., en el periodo 2015-2018. Tal programa, Factor Trabajo, fue creado con el objetivo de informar de una diversidad de temas relacionados al ámbito laboral, como: testimonios sobre el inicio y funcionamiento del negocio propio o historias de éxito de personas emprendedoras, que participaron de los programas de empleos del Ministerio de Trabajo como “Jóvenes a la Obra”, “Trabajo Perú”, “Perú Responsable” y “Vamos Perú”, así como los servicios que brinda el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), a través de su ventanilla única de empleo y servicios laborales. Además, el programa contó con secuencias de consultoría laboral (normas legales), consejos y tips laborales.

Con la finalidad de describir el proceso de producción del programa de televisión “Factor Trabajo”, y los aprendizajes obtenidos como parte de mi participación, se plantea el siguiente objetivo general de la investigación:

- Describir las características generales, recursos y limitaciones de la producción del programa “Factor Trabajo”, desde su creación hasta su difusión en el periodo 2015-2018.

Así, como los siguientes objetivos específicos:

- Presentar la propuesta creativa y la pre producción del programa “Factor Trabajo”.
- Detallar los recursos técnicos, humanos y materiales utilizados en el desarrollo del programa “Factor Trabajo”
- Conocer la edición y postproducción del programa “Factor Trabajo”.

Esta investigación está estructurada en tres capítulos. En el primer capítulo, se detalla el marco conceptual o bases teóricas de los temas: comunicación audiovisual, producción audiovisual y sus etapas: desarrollo proyecto, preproducción, producción y postproducción. En el segundo capítulo, se describe la experiencia profesional del autor focalizada en el programa de televisión “Factor Trabajo” y en el tercer capítulo, se expone las conclusiones de la investigación donde se describen los aspectos generales de la producción, recursos utilizados y las dificultades presentadas en la producción del programa de televisión.

Es necesario señalar, que este trabajo pretende ser un referente académico, para aquellos que estén interesados en desarrollar el tema de la producción audiovisual televisiva, así como contribuir a la discusión sobre las características o aspectos que son fundamentales cuando se planifica, ejecuta y controla un producto audiovisual.

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1 Comunicación audiovisual**

De acuerdo a Ferrés (2007), la comunicación audiovisual se refiere a las producciones que se manifiestan a través de la imagen y/o el sonido, en diferentes soportes y medios como los tradicionales: fotografía, radio, cine, televisión, video; y los modernos como: Internet, videojuegos, etc.

La comunicación visual está presente en nuestras vidas diarias desde la publicidad que observamos en las calles, las señales de tránsito, en la televisión, el cine, y actualmente de forma virtual en nuestro celular (redes sociales principalmente). En algunos casos condiciona nuestras vidas, puede controlar la conducta e involucrarnos cada vez más en la sociedad (Instituto Peruano de Publicidad, 2020).

Y es vital para las marcas, que el mensaje que se transmite llegue de forma efectiva al usuario, utilizando un mensaje universal donde el público objetivo para la publicidad diseñada entienda, puesto que, si este no es totalmente claro, puede generar ruido, falsos conceptos o que el mensaje no llegue de forma exitosa (Pérez, 2020).

### **1.2 Medio audiovisual**

Lo audiovisual en palabras de Moore (1990) se conceptualiza como los recursos didácticos multisensoriales, que se enseña a partir de la experiencia directa, usando como medios a la vista, el oído y la percepción. En ese sentido, el medio

audiovisual elabora palabras, sonidos e imágenes, usando como soporte a las historietas, fotografía, radio, cine y televisión.

Esa versatilidad favorece la incorporación de técnicas y elementos discursivos buscando siempre la evolución de los medios. Por tanto, los medios audiovisuales son herramientas de un valor importante para la educación presencial como remota, y recursos auxiliares para ser utilizados por los docentes.

Barros Bastida y Barros Morales (2015), conceptualizan los medios audiovisuales, como el agrupamiento de procedimientos que tienen como objetivo dar instrucción mediante medios de comunicación (impresos y/o electrónicos), a un conjunto de individuos que participan de un proceso de aprendizaje basado en reglas, en sitios y horarios diferentes. Influyendo en el comportamiento humano, así como en la organización y orden de los valores, es decir entre lo bueno y lo malo, lo positivo y negativo, y lo moral versus lo inmoral.

Los medios son asequibles a todo el mundo y tienen un poder de penetración cada vez mayor, en la casa, la calle, la escuela, etc., lo que indica ciertos desafíos para el sistema y para los responsables de la formación profesional de las personas.

### **1.3 El lenguaje audiovisual**

En opinión de Nicolau et al. (1982), el lenguaje audiovisual se plantea como el uso de imágenes con movimiento en blanco y negro o a color, que incluye sonidos diferentes combinados, y que se utiliza en diversas situaciones para expresar algo en forma concreta. Las situaciones dependen del objetivo de

comunicación que se persigue, como documentar un hecho, investigar sobre la condición humana, realizar una intervención educativa, hacer alguna obra de fantasía, de narración o dramatización.

Para Castillo (1997), el lenguaje audiovisual constituye dos escenarios o realidades como el tiempo y el espacio. Es decir, lo verosímil se representa por lo que capta una cámara como una imagen, y la ficción, que representa solo un hecho inventado en base a realidades ideadas que pueden suceder o suceden frente a una cámara.

El uso del lenguaje audiovisual será efectivo en la medida que se utilice conjuntamente con la narrativa, es decir contar historias de tipo audiovisual es el cimiento que ha sido definitivo para el desarrollo de la televisión y la industria del cine.

En concreto, el lenguaje audiovisual es el producto del desarrollo tecnológico a partir del registro de hechos (usando cámaras de video o cine), y pone en orden estos mismos (usando la edición en lo que antiguamente se llamaba moviola y actualmente con ordenadores), asimismo, su implementación o realización estará en función del uso de dos de los sentidos humanos, como el oído y la vista, siendo los medios por donde se canaliza los estímulos que se reciben dependiendo del contexto donde se vive (Perca, 2017).

#### **1.4 Producción audiovisual**

En la literatura hay varias definiciones atribuidas al término producción audiovisual, según el Diccionario Espasa de Cine y Tv citado por Ortiz (2018), se define como el conjunto de elementos que realiza el productor y sus

colaboradores que están realizando una filmación, edición y/o trabajos preliminares con la finalidad de elaborar una presentación, preestreno o estreno. Ortiz (2018) añade, que la producción audiovisual, consiste en los procedimientos para la creación de una obra o trabajo audiovisual, es decir son las actividades que se originan a partir de una idea y terminan con el producto final.

Según Mutis (2018), el proceso de producción audiovisual tiene cuatro etapas: desarrollo del proyecto, preproducción, producción y postproducción.

#### **1.4.1 Desarrollo de proyecto**

Mutis (2018) señala que esta etapa tiene varios procedimientos, que parten de la idea, seguido del argumento, tratamiento, escaleta, sinopsis, y la historia breve (*story line*).

##### **a) La idea**

Describe los aspectos o factores que darán origen a la obra o producto audiovisual (Mutis, 2018). Además, el personal relacionado al producto, debe evaluar la idea si es apta para generar el producto audiovisual. Martínez y Fernández (2010), indican que la idea puede ser dramática o temática. La idea dramática, se refiere a la historia o anécdota con inicio, desarrollo y término, que es el conducto para el desarrollo de la idea temática. La idea dramática se consolida en el argumento. En el caso de la idea temática, esta es descriptiva o prescriptiva, que se utiliza habitualmente en las obras de ficción dramática.

b) Historia breve

También conocido por su nombre en inglés como *storyline*, es la estructura básica de la historia, que puede dar origen a elaborar múltiples relatos y muchas de ellas en el inicio de varias producciones audiovisuales, y está compuesta de planteamiento, desarrollo o nudo y desenlace (Martínez y Fernández, 2010).

c) Sinopsis

Es la descripción más concreta de la historia con el detalle de los personajes principales, el conflicto, la línea de acción central y el desenlace, así también describe las acciones secundarias, y los aspectos de acción dramática importantes. Debe tener la suficiente información de los personajes, la acción y la estructura que ayude a valorar el argumento. La estructura describe la situación inicial, lo que origina la trama y la situación final (Martínez y Fernández, 2010).

d) Argumento

Es una descripción más detallada de la producción audiovisual, donde se incluye los personajes y se expone en qué consiste la historia. Para tener un buen argumento, hay que basarse en una buena documentación, encontrando la máxima información sobre lo que tratará la obra y procesarla de forma adecuada. Es la extensión de la sinopsis (Lara y Piñeiro, 2010).

e) Tratamiento

Es una descripción de la producción audiovisual pero cuando no tiene rasgos no argumentales, como por ejemplo los documentales. En este se omite detalles del

texto específico de la obra, pero se describe de manera general esta y la intencionalidad de la misma (Mutis, 2018).

Lara y Piñeiro (2010) lo describen como una forma pormenorizada de la idea de la producción audiovisual, donde se presentan los personajes y sus relaciones, así como escenarios donde ocurre la acción.

#### f) Escaleta

En esta se detalla, las escenas o secuencias de forma ordenada o cronológica de como ocurrirá la historia reflejada en el guion y de forma breve. Es una sección intermedia entre el argumento (o tratamiento) y la parte del guion literario (Martínez y Fernández, 2010).

#### g) El guion literario

En este caso es describir el guion literario, que tiene muchos elementos de la escaleta, como la división de la historia en escenas, pero en este caso las descripciones tienen más detalle e incluyen diálogos. De acuerdo a Mutis (2018), el guion se caracteriza por tener los siguientes elementos:

- Orden de las acciones según lo que se planea realizar en la obra.
- Narración en tiempo presente.
- Presentación de los escenarios.
- Presentación de los personajes.
- Descripción de las acciones.
- Diálogos.

El guion literario es un documento escrito de un proyecto audiovisual, en el cual se describen los contenidos y aspectos requeridos para la realización de un rodaje, donde no se mencionan los contenidos técnicos necesarios para la ejecución de un rodaje (Benítez et al., 2013). El guion literario se encargará de describir aquello que se visualizará y escuchará en un proyecto audiovisual elaborado. Es aquí donde se involucra la división por escenas, acciones de los personajes o eventos, diálogos entre personajes y breves descripciones del entorno. Para realizar un correcto guion literario se tendrá que transmitir la información suficiente para que el lector visualice la película: cómo actúan los personajes, con qué objetos interactúan, cómo transcurre el diálogo, aunque sin especificar los pormenores de la producción. Al finalizar, es necesario la elaboración del guion técnico, el cual nos ayudará a describir a detalle cómo es que la cámara podrá captar toda esa información (Lara & Piñeiro, 2010).

#### h) El guion técnico

El guion técnico es el momento de la producción de un producto audiovisual, antes del rodaje, el cual incluye la división de las secuencias, así como de las escenas en planos detallando su respectiva numeración y la información técnica requerida para dicho rodaje, donde la unidad del guion técnico es el plano (Benítez et al., 2013).

El guion técnico es principalmente elaborado por el director o el realizador del vídeo luego del estudio y análisis del guion literario. En este documento, el realizador tiene la opción de suprimir, incorporar o cambiar pasajes de la acción o diálogos. Además, cuenta con todas las indicaciones necesarias para realizar, encuadre, decoración, posición de cámara, efectos especiales, play-back,

iluminación, entre otros; para poder realizar el proyecto de forma correcta. Al guion técnico, le sigue un conjunto de información que contiene la descripción de la acción, de los actores, sus diálogos, efectos, músicas, ambientes y las características para la toma de sonido (Lara & Piñeiro, 2010). El guion técnico, consiste en detallar, los planos donde se realizarán las escenas, además incluyen los procedimientos sobre los movimientos de cámara y los actores, la iluminación, la angulación y el sonido, de acuerdo a lo que requiera la obra audiovisual (Mutis, 2018).

#### **1.4.1.1 El guion dibujado**

En la producción de películas, se sugiere un guion con imágenes y escenas, las cuales en ocasiones pueden ser muy detalladas, ya que las películas suelen tener escenas más complejas y es necesario complementar el guion escrito con dichas imágenes. Se realiza con la finalidad de que el director pueda conectar las ideas y convertir ello en arte, enfocándose en rasgos psicológicos de los personajes (Hernández, 2017). Las películas que tienen complicados movimientos o acciones reales con el apoyo del computador, necesitan de un guion dibujado para conseguir una mayor precisión de parte de todo el personal que está trabajando para la obra. En el caso de las animaciones es obligatorio su uso y mucho más complejo por la cantidad de información que se necesita para el desarrollo del trabajo, como la evolución de fondos, y el movimiento que tienen los personajes (Mutis, 2018).

Esta herramienta es conocida en inglés como *storyboard*. Demanda la labor de un dibujante de experiencia y un considerable trabajo para su realización, ya que por ejemplo un largometraje frecuentemente tiene más de 500 planos. En

televisión es mucho menos frecuente por el ritmo de trabajo en producción. En el sector publicitario es muy usual su realización, debido a la corta o breve duración de los comerciales (Mutis, 2018).

#### **1.4.1.2 El Presupuesto**

El presupuesto es otro aspecto del desarrollo del proyecto. Este se trata de los recursos económicos con los que debe contar toda obra o producción audiovisual para hacer viable o realizarse concretamente, sin ello sería imposible su realización (Soto, 2016). Hay que tener en cuenta, que en una obra audiovisual no se puede prever todos los gastos, ya que pueden surgir cambios de forma inesperada, por variaciones en la producción o postproducción (Mutis, 2018).

Carpio (2012) añade que es indispensable tener un presupuesto que identifique el costo real de un proyecto, lo cual permitirá determinar si este es viable o no. Por lo que, en la fase inicial, se identifican posibles gastos necesarios para la ejecución del proyecto que son estimaciones basadas en proyectos anteriores similares, realizado por el productor a través de un análisis y planificación del producto audiovisual.

#### **1.4.2 Preproducción**

Según los autores Mutis (2018) y Romero (1996), es una etapa importante en el proceso de producir un producto audiovisual, donde se realizan varias actividades de planificación, con tareas específicas como: selección final de los actores, la búsqueda de las locaciones, la contratación de servicios artísticos, técnicos, de sonido e iluminación, elaboración de los contratos del personal, disponer de los seguros, equipos, servicios de alimentación, transporte y

hospedaje, ensayos de la obra, así como el rodaje y el presupuesto. Esto permitirá conocer con mayor exactitud lo que se realizará en el rodaje mismo del producto, así como determinar los recursos financieros necesarios para ejecutar el trabajo.

Asimismo, Fernández (2015) menciona que la preproducción se basa en la planificación junto al equipo de trabajo sobre la producción del producto audiovisual, el cual incluye conocer la historia a profundidad, la elaboración de un guion técnico, entre otros aspectos.

#### **1.4.2.1 Documentos de producción**

Para llevar a cabo la cantidad de actividades que se requieren en una obra audiovisual es necesario contar con un conjunto de documentos que apoyen su realización. Algunos de ellos son:

##### **a) Desglose de producción**

El desglose de producción es la segmentación de los componentes y la identificación de los requerimientos para una escena. Es un documento donde se definirá el qué, quién, cómo y dónde de cada escena e indicará a los personajes que aparecerán, los ambientes, el mobiliario, utilería, locaciones, el vestuario, el tiempo narrativo, entre otros (Carpio, 2012). Por ejemplo, en un documental etnográfico es necesario contar con sonidista, camarógrafo, el realizador, grabadora, y recursos financieros para gastos de rodaje y transporte. En el caso de un largometraje de corte histórico, se necesita, muebles, vestidos, adornos, vajillas y las locaciones. Por ello, es importante tener todo esto

identificado. Una forma de organizar toda esta información es por escenas o secuencias, señalando lo que cada área debe tener para el rodaje (Mutis, 2018).

### **b) Mapa de locaciones**

Es el mapa de la infraestructura o equipamiento para los diversos escenarios que se requieren para el rodaje: dirección, cámara, ambientación, escenografía y utilería. También facilita el conocimiento de los espacios o decorado del estudio de grabación, muy importante para establecer la ubicación de las luces, de los elementos de ambientación y utilería (Mutis, 2018).

La locación es el espacio natural o artificial de una forma objetiva que compone el escenario de una producción audiovisual (Universitat Wien, 2012).

### **c) Plan de rodaje**

El plan de rodaje es un documento en el que se establece un orden cronológico para la grabación del producto audiovisual donde se establecen indicaciones y horarios de trabajo en las diversas localizaciones. Asimismo, dicho plan contiene un calendario de producción y los ajustes necesarios con la finalidad que coincidan los elementos y el personal que van a encontrarse en las localizaciones junto a su disponibilidad; en otras palabras, define el tiempo disponible y lo encaja con los recursos requeridos para el rodaje (Benítez et al., 2013).

Las obras audiovisuales no siempre se realizan en orden o en base a una secuencia. Lo más habitual es agrupar las escenas por locación e iluminación, sin importar si van al comienzo, medio o final. De esta manera, también se juntan las escenas que transcurren de día y otras de noche (Mutis, 2018).

#### **d) Otros formatos**

Según la complejidad de la producción audiovisual, será necesario utilizar otros recursos documentales. Estos dependerán del programa de televisión o largometraje de cine, como son: plano de luces, maquillaje, vestuario, reporte de sonido, reporte de cámara, solicitud de equipos u orden de trabajo. Siendo este último muy usado en los programas de televisión, para informar sobre la realización de una grabación a los departamentos o áreas de maquillaje, escenografía, ambientación o vestuario (Mutis, 2018).

#### **1.4.3 Producción**

La etapa de producción o también llamada realización o rodaje comienza a desarrollar lo planificado; es decir, la grabación del proyecto audiovisual, donde el director junto con los jefes de área se encarga de ejecutar la propuesta creativa. Asimismo, el rol del productor implica una coordinación con el director de la producción con la finalidad de garantizar que la visión creativa pueda ejecutarse, respecto a las limitaciones de dinero y tiempo (Worthington, 2009, como se citó en Soto, 2015). Carpio (2012), añade que para poder cumplir eficientemente con esta etapa cada área debe estar comprometida en las diferentes etapas del proceso de producción, a su vez se debe seguir con la tarea de coordinación, control y supervisión del proceso. La presencia del productor, es necesaria para garantizar el correcto cumplimiento del cronograma o plan de grabación y de los objetivos planteados para cada día de grabación. Además, es obligación del productor hacerse cargo de cualquier eventualidad que se pueda presentar (Carpio, 2012).

Para Mutis (2018), la etapa de producción está constituida por tres elementos: construcción de decorados y/o adecuación de locaciones, recursos de producción y revisión de material.

#### **1.4.3.1 Construcción de decorados y/o adecuación de locaciones**

Martínez y Fernández (2010) mencionan que el equipo de producción tiene que tomar en consideración la adecuación a los espacios naturales; en otras palabras, la necesaria construcción de decorado, así como los cambios precisos para acondicionar el espacio a lo referido en el guion, su valor monetario y coste. A ello, se le conoce como construcción y decoración para la realización del producto audiovisual. A veces se realiza la construcción de una maqueta de dicho decorado, con la finalidad de analizarlas e identificar zonas relevantes, acorde a la iluminación y ángulos de cámara.

Entre las producciones audiovisuales que requieren la construcción de locaciones se encuentran en primer lugar algunos programas de TV, como por ejemplo: informativos, revistas dominicales y programas periodísticos en los que necesiten una decoración continua. También los programas de televisión de corte ficción necesitan de escenografía, en ese sentido, hay esquemas de producción donde se utiliza habitualmente estudios de grabación como luz, sonido y escenografía, que necesitan ser controladas sin la intervención de aspectos ambientales o propias de un escenario determinado. Para las producciones de televisión de escaso presupuesto que no tienen instalaciones apropiadas, el estudio suele ser una opción, ya que los costos de alquiler como la construcción de escenarios tienen costos elevados, y por tanto inaccesibles (Mutis, 2018).

### **1.4.3.2 Recursos de producción**

Para Mutis (2018), los recursos de producción están conformados por: personal de realización, personal administrativo y de producción, locaciones, equipamiento técnico-logístico, entre otros.

#### **a) Personal de realización**

Para Martínez y Fernández (2010), todas las decisiones de carácter técnico recaen sobre el personal realizador; por lo que, a este personal es a quien se le atribuye el éxito o fracaso de la resolución artística y técnica de un producto. Principalmente, sus funciones son la planificación y elaboración del guion, ejecución de ensayos, coordinación, los rodajes, la edición, el montaje, así como la sonorización para el cumplimiento del plan establecido del producto audiovisual.

Se trata de las personas que son necesarias para la realización de una producción audiovisual, y esta depende naturalmente de las características de la obra. Este equipo, básicamente está conformado por: productor, director, director de fotografía, director de arte o diseñador de producción, sonidista, camarógrafo y guionista (Mutis, 2018).

#### **b) Personal administrativo y de producción**

El personal de producción es el equipo que se incorpora primero al desarrollo del proyecto, así como el último en irse; asimismo, este tiene el control del proyecto a través de todas las fases. Además, este encarga al director de la producción la determinación del presupuesto estimado para el proyecto, el cual se basa en el

guion literario o un esbozo ligeramente desarrollado de dicho proyecto (Martínez y Fernández, 2010).

Se trata del personal que se va encargar de la parte técnica y artística de la producción audiovisual, además la integran el personal que se va encargar de los temas financieros, legales y operativos. Es necesario también la asesoría de un abogado y un contador. Cabe señalar, que en una obra de escaso presupuesto las funciones de producción pueden estar a cargo de dos personas. Sin embargo, su aporte es invaluable en temas como derechos de autor, recepción de un premio dinerario o por un accidente fortuito (Mutis, 2018).

### **c) Locaciones**

Respecto a los montados en estudio, estas locaciones cuentan con ventajas e inconvenientes y pueden ser interiores o exteriores. En general, las ventajas de estos decorados elaborados es que cuentan con facilidades para la realización de emplazamiento de cámaras, concreción escenográfica, control de las luces, máxima operativa, entre otros (Martínez y Fernández, 2010).

En este caso, las locaciones estarán de acuerdo a las intenciones que tenga el guionista o el guion de la obra, además verificar la accesibilidad de la misma, los aspectos técnicos, los, las adecuaciones, reparaciones (Mutis, 2018).

### **d) Equipamiento técnico y logístico**

El equipamiento técnico está constituido por los dispositivos requeridos para registrar las imágenes y sonidos (material de iluminación, cámaras, sonido), así como los equipos informáticos como los programas y ordenadores, los cuales son necesarios para la animación o edición digital de las imágenes y sonidos.

Asimismo, la logística de producción es otra de las áreas fundamentales en cualquier proyecto audiovisual, porque es aquí donde se acuerda todo sobre viajes y alojamiento de personal, transporte de equipos, materiales y todas las necesidades básicas que estén sujetas al proyecto (Pardo, 2014).

Esta se trata de todos los equipos técnicos como aparatos y accesorios que se utilizan en la obra audiovisual o un rodaje, vinculados a la iluminación o la imagen. Su obtención dependerá de la finalidad de la obra, los aspectos intrínsecos de los equipos y la oferta comercial de los equipos. Las decisiones que se tomen para su adquisición deben tomar en cuenta estos aspectos (Mutis, 2018).

#### **e) Otros recursos**

Hay elementos de acuerdo a la envergadura de la obra audiovisual que se deberá de contar, como por ejemplo, la fotografía submarina, efectos especiales, animales amaestrados, largos tiempo de espera, destrezas especiales, etc., además de los seguros para el personal y el equipamiento adquirido. Por ejemplo, los equipos pueden sufrir algún daño mientras se realiza alguna escena, más aún si es una mega producción. En caso de una cancelación definitiva de la historia, el seguro interviene para cubrir estos costos (Mutis, 2018).

#### **1.4.3.3 Revisión material**

Para Romero (1996), se trata de la revisión del material audiovisual filmado, que puede ser revisado diariamente. Esto permitirá tener una información oportuna de los resultados. La revisión del material después de haber realizado una grabación, debe ser realizada en casos excepcionales, ya que podría interrumpir

o frenar el ritmo de trabajo de la obra, sumado a que en esos momentos no se tiene las características mínimas requeridas. La revisión debe darse en adecuadas condiciones de visualización, de esta manera nos dará una idea veraz e integral del material.

#### **1.4.4 Postproducción**

La postproducción implica la integración de diversos elementos disponibles tanto sonoros como visuales, los cuales constituyen el producto audiovisual. En esta etapa, se identifican los siguientes elementos como: montaje o edición, efectos visuales y la sonorización; sin embargo, a ello se le debe añadir los procesos técnicos para la obtención de producto definitivo (Pardo, 2014).

Carpio (2012) y Mutis (2018) sostienen que la etapa de postproducción es importante, ya que se le da forma al producto audiovisual, mezclando las imágenes y sonidos previamente grabados en la anterior etapa junto con los efectos audiovisuales necesarios para la creación de sensaciones que se pretende incluir en cada secuencia; asimismo, se observan los detalles para que se logre un producto adecuado. Además, incluye la selección de grabaciones, acopio de sonidos nuevos, grabación de música de tipo inédita, mezcla de pistas en las imágenes, colorización y copia final o master.

Para Mutis (2018), la etapa de postproducción está conformada por cuatro elementos: montaje o edición, sonido de postproducción, copia final o master, y formatos, equipos y cargos.

#### **1.4.4.1 Montaje o edición**

El montaje consiste en la unión de segmentos escogidos del producto audiovisual para la formación de una copia definitiva. Asimismo, esta actividad comprende la selección y ordenación de imágenes de manera definitiva (en concordancia con el sonido en escenas que tienen diálogo). Esta actividad no es automática sino más bien creativa. Los ritmos que se deben tener en una obra surgen a partir de combinar planos, así como los significados que se obtienen cuando se relaciona imagen y sonido, esto exige una ponderación y compromiso con la obra (Mutis, 2018). Por extensión, se puede aplicar este término a la edición electrónica en los sistemas de vídeo. Las diferencias que existen entre los medios audiovisuales de base fotográfica y los de base electrónica son importantes, pero aun así pueden obviarse por lo que se refiere al ordenamiento expresivo de los planos, para servir como método de comunicación al programa audiovisual. Este trabajo de montaje salvo las distancias operativas, es básicamente similar (Martínez y Fernández, 2010).

Según Mutis (2018), el proceso de edición tiene los siguientes elementos:

1. Subir al software de edición las imágenes y sonidos seleccionados.
2. Limpiar y ordenar las imágenes, así como los sonidos relacionados y los diálogos, dejando solamente el material a utilizar.
3. Se aplican los efectos especiales: VFX (Visual Effects), CGI (Computer Generated Images), y SFX (Special Effects).
4. Realizar la corrección de los colores para unificar los planos.

5. Los sonidos se graban, ecualizan y suben en los archivos que están para edición.

6. Se mezclan las imágenes editadas con los sonidos.

#### **1.4.4.2 Sonido de postproducción**

El sonido de postproducción presenta un rol importante, el cual es verificar que las imágenes filmadas coincidan con el sonido, principalmente, de forma y que no existan diferencias al momento de su reproducción (Carpio, 2012).

Asimismo, Benítez et al. (2013) afirma que los sonidos de postproducción, así como las mezclas son elementos fundamentales para la creación de una atmósfera adecuada en cada escena para que se transmita un estado emocional en específico.

En esta etapa, se conjugan las grabaciones de sonido seleccionadas durante el rodaje, así como los nuevos sonidos (doblajes, sonidos de archivo, efectos especiales, ADR, *foley*), la grabación de la música inédita y la mezcla de pistas sobre las imágenes finales. Esta tarea exige un conocimiento profesional y técnico de la funcionalidad de los equipos y programas a utilizar, y tener la necesaria sensibilidad para que los resultados estén en concordancia con la finalidad de la obra. No se debe pensar que el sonido es algo complementario o secundario (Mutis, 2018).

Según Mutis (2018), los sonidos de manera general se clasifican como:

- Sonidos directos (diálogos, incidentales, ambientales)

- Sonidos de postproducción (*foley*, efectos especiales, sonidos de archivo, reemplazo de diálogos, narraciones y voces, doblaje).
- Música original o inédita (mezcla final).

#### **1.4.4.3 Copia final o Máster**

Esta consiste en elaborar una copia final después de haber realizado la edición del material, si está dirigida para el cine; y en el caso de la televisión, es la elaboración de un máster. Se recomienda que se realice fuera de línea (*off line*), es decir una copia de baja resolución, partiendo del material de origen o de alta calidad, esto facilitará su almacenamiento con mayor facilidad, así como su edición con mayor velocidad. Cuando ya se tiene todo el montaje hecho, basándose en un EDL (*ed permisos iting decision list*), que está compuesta de transiciones y cortes, se hace la copia final o máster (Mutis, 2018; Pardo, 2014).

#### **1.4.4.4 Formatos, equipos y cargos**

En cuanto al formato, este puede estar compuesto de las aplicaciones más sofisticadas que hay en el mercado como Autodesk o Avid. Asimismo, también están las aplicaciones más sencillas como Movie Maker e Imovie, entre otros programas que se encuentran en Internet (Mutis, 2018).

Lara y Piñeiro (2010) mencionan que los formatos de audio digital más frecuentes son MP3 y WAV; asimismo, respecto a los formatos de video digital más empleados son AVI, MOV, MPEG, WMV, entre otros. También, mencionan que algunos de los programas para la edición *offline* de audios y video digital son Audacity, Windows Movie Maker y Video Splin, los cuales se pueden descargar en el ordenador para su uso. Por otro lado, menciona los editores de audio y

video *online* son Splice, Jumpcut y Eyespot, los cuales no son necesarios descargar.

Las características del material dependen del área a la que esté destinada (televisión, salas de cine, Internet, etc.). Las obras se pueden editar en casa o en estudios de grabación especializados y dependerá de la exigencia de proyección, así como de la complejidad del trabajo sonoro y de las licencias de sistemas de sonido, lo que obligaría a contar con un servicio profesional (Mutis, 2018).

Finalmente, las personas que se necesitan para esta labor de postproducción estarán de acuerdo a la complejidad que se desea alcanzar de la obra audiovisual, estos son: editor/montajista, director/productor, asistentes, actores e intérpretes, supervisor de postproducción y diseñador de sonido (Mutis, 2018). El realizador tiene que tener en consideración los requerimientos de los diversos equipos técnico-artísticos que participen en la ejecución de la producción, tanto como los personajes y actores que intervienen en la acción como los equipos de fotografía, sonido, escenografía, entre otros (Benítez et al., 2013).

## **CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL**

### **2.1 Experiencia laboral**

Mis primeras experiencias en comunicación audiovisual tuvieron origen en las aulas y talleres de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad San Martín de Porres en la ciudad de Lima - Perú, la comunicación audiovisual es un mundo que desde la época escolar llamo mi curiosidad y atención, con el paso de los años esa curiosidad se convirtió en pasión y la elegí como profesión y el mejor camino a seguir para mi vida profesional.

Empecé como practicante en 2009 en el archivo fotográfico de la revista Caretas, donde transfería y ordenaba el material fotográfico que traían los reporteros gráficos de la revista para luego puedan ser publicadas. Es aquí donde creció el amor por la fotografía, mis deseos de desarrollar este oficio eran mayores y donde por primera vez comenzaba a conocer recursos técnicos, humanos y materiales que se utilizaban. Además, pude conocer a grandes fotógrafos como Víctor Ch. Vargas, Oscar Medrano y Martín Pauca; a quienes más adelante los encontraría en el campo periodístico, en los correteos de las comisiones.

En el 2010 fui pasante del equipo de fotografía en el diario La República, aprendiendo la importancia de la fotografía en un medio escrito para contextualizar la nota periodística, así como el desenvolvimiento que un fotoperiodista debe tener en la calle y el desarrollo de mi estilo de fotografía.

Luego de mi paso por un medio escrito, en el 2011 labore como camarógrafo para la productora audiovisual Remolque Caravana Audiovisual, siendo parte de diversos rodajes para diferentes instituciones como por ejemplo el hospital Guillermo Kaelin de la Fuente, en esta etapa también me desarrollé como *gaffer*, preparando desde esquemas básicos de luces para entrevistas hasta creaciones de atmósferas, aquí fue donde tuve mi primer acercamiento de cómo realizar, planificar, diseñar, analizar y ejecutar un producto audiovisual.

Es gracias a la experiencia en esta productora y la recomendación de un compañero de la universidad, que en el año 2013 pude realizar prácticas en el área de audiovisuales de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII) del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).

## **2.2 Reseña de experiencia laboral en el MTPE**

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, institución que expresa en su misión que “promueve un empleo decente y productivo, el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales de la población peruana, fortalece el dialogo social, la empleabilidad y protección de los grupos vulnerables, desde una visión centrada en la ciudadanía” (Ministerio de Trabajo y promoción del Empleo, 2010).

En el año 2011, el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, firmó un convenio con el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (canal 7), para transmitir un espacio televisivo de 24 minutos los días domingos, el cual era producido por un reducido equipo de audiovisuales de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII) de dicho despacho, siendo el contenido del programa básicamente sobre oferta laboral.

En el año 2012, altos funcionarios de la gestión ministerial deciden cambiar el antiguo formato y nombre del programa Trabaja Perú, el objetivo es mejorar la imagen y promover con mayor énfasis a la sociedad la labor del MTPE. Este nuevo formato resolvería muchas interrogantes de la población en el aspecto laboral, orientaría sobre deberes y derechos de los trabajadores, bolsas de trabajo, capacitaciones, ofertas de empleos.

Así también se darían a conocer casos de éxito de beneficiarios de la entidad, contar con un especialista laboral, producir y emitir informes especiales, entrevistas a especialistas de la entidad. Aun con esta nueva estructura, el programa no tenía una identidad definida y se fue manteniendo por un tiempo más.

En el año 2013, cuando cursaba el décimo ciclo de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad San Martín de Porres (USMP), me desarrollé como practicante pre profesional del área de audiovisuales de la OCII del MTPE.

En esta etapa tuve dentro de mis funciones realizar la pre producción del programa de televisión que producía la oficina, en ese año el programa aún tenía como nombre "Trabaja Perú". Mi labor consistía en diseñar guiones técnicos de las grabaciones de entrevistas que se realizaban, efectuar reconocimientos de locación o *scouting* dentro de las instalaciones del MTPE, coordinar con especialistas de otras oficinas los puntos a los cuales se iría a realizar las grabaciones, grabar las entrevistas e imágenes de apoyo de los beneficiarios de la institución, dirigir al presentador de las notas periodísticas, transferir y ordenar el material grabado para su post producción. Por otro lado, también realizaba actividades del área de prensa como la elaboración del dossier de Prensa

Ministerial, la actualización del directorio de prensa (escrita, online, radial), entre otras labores, como se observa en la Figura 1.

Figura 1  
Mi primera comisión junto a Tenio Torres - Oficina de Comunicación e Imagen Institucional MTPE (2013)



En ese año, a la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo contaba con la siguiente estructura: Directora de comunicaciones, tres redactores, una administradora, una secretaria, un coordinador de marketing, dos diseñadores gráficos, un camarógrafo / editor, un fotógrafo y un practicante (Figura 2).

Figura 2  
Organigrama Oficina de Comunicación e Imagen



Fuente: Elaboración propia.

La estructura del programa “Trabaja Perú” era la siguiente:

**1er bloque:**

Cuña de entrada

Titulares del programa

Informe de beneficiario

Informe especial de acuerdo a la coyuntura

## **2do bloque:**

Informe de beneficiario

Entrevista a un especialista del MTPE

Consultorio laboral

Cuña de salida

El equipo técnico con el que se grababa el programa de televisión contaba con una cámara de video a cassette de marca Sony, el modelo era Dvcam Pd150, contábamos con un micro inalámbrico de marca Sony y un trípode Manfrotto. También se tenía dos tachos de luces de marca y modelo Lowel tota-pak, que eran utilizadas para hacer entrevistas en interiores.

Para la edición del programa se contaba con una Mac Pro, bastante antigua, y se editaba el contenido, notas, informes, etc., con el software Adobe Premier CS5. Para las gráficas, loops, etc., se utilizaba el software After Effects. Estos son los recursos técnicos con los que se contaba para realizar el proyecto audiovisual llamado Trabaja Perú.

Dejé de ser practicante luego de 2 años y fui contratado como especialista de audiovisuales de la OCII.

## **2.3 Factor Trabajo**

### **2.3.1 Propuesta creativa y pre producción**

En el año 2015, ya como especialista del área de audiovisuales, se presentó el reto de estar a cargo del programa que la oficina realizaba y una de las

principales tareas era replantear el programa de televisión que teníamos a cargo, ya que en años anteriores no había ningún responsable del producto audiovisual.

Como parte del proceso de cambio y tras varias reuniones con el IRTP (canal 7) se cambió el horario del programa y ahora sería emitido los días sábados en el horario de las 10:30 a.m., este año también se me dio la oportunidad de poder viajar para hacer registro audiovisual de las actividades del ministro, donde cumplí un rol importante como fotógrafo. Un ejemplo de esta etapa fue una comisión en Puno, donde en marzo del 2015 el presidente de la República, junto con el ministro de Trabajo, tuvo un encuentro con la población beneficiada por el programa Trabaja Perú. Era la primera vez que un jefe de Estado llegaba a esa localidad para poder cerrar los proyectos que el programa había ejecutado generando empleos temporales para la población de Puno. Este hecho histórico en Azángaro fue transmitido a nivel nacional por TV Perú y tuve bajo mi responsabilidad poder registrarlo.

Posteriormente, tuve la oportunidad de realizar la propuesta creativa y desarrollo de proyecto “Factor Trabajo”, que iba a reemplazar al antiguo programa Trabaja Perú, haciendo una descripción clara de esta nueva propuesta, estipular las locaciones y lugares donde se iría a grabar; y explicar la edición o lineamiento visual.

Para esta propuesta considere los siguientes aspectos: Determinar el público objetivo, determinar el tiempo de duración y frecuencia de transmisión, establecer y explicar el formato del programa, diseñar y desarrollar la idea central (*storyline*), mencionar los objetivos y metas, expresar la estructura narrativa, la

temática, dar a conocer el estilo de presentación, dar una identidad nueva desde su aspecto gráfico, establecer los lineamientos fotográficos.

Para estas fechas y con más experiencia, también asumía otro tipo de retos profesionales como poder escribir y presentar algunos informes. Para asumir estos nuevos retos, fue necesario realizar ejercicios de vocalización, los que me dieron fluidez, mejorando y logrando el modo adecuado de hablar, también fue necesario desinhibirme y mejorar mi postura frente a cámara, actividades y nuevos retos que aportaron en mi crecimiento como profesional (Figura 3).

Figura 3

Presentación de informe – Programa Factor Trabajo (2015)



De otro lado, logré establecer el equipo humano de audiovisuales, el cual estuvo compuesto por mi persona, bajo la coordinación y supervisión de contenidos audiovisuales, dos presentadores, un editor, y un camarógrafo. Así mismo, como parte de la pre producción se mantenían reuniones para poder disponer de

mejores recursos técnicos para el equipo de audiovisuales y se nos asignó un presupuesto para la compra de nuevos equipos.

Como parte de las funciones que me asignaron, definí lo siguiente: Cronograma de etapas: etapa de preproducción, etapa de realización y etapa de post producción. Elaboración de un documento guía de recursos técnicos dentro del cual se describe las islas de trabajo, detalle de los equipos técnicos de grabación (descripción de marca, modelo, características) de las cámaras, las ópticas, luces, micrófonos, trípodes, entre otras herramientas con control patrimonial. Este documento fue elaborado por la Oficina General de Administración.

Los conocimientos adquiridos hicieron posible afrontar y culminar con éxito todo el trabajo de pre producción. Es de relevancia tener una buena base teórica para el adecuado tratamiento en cualquier tipo de producto audiovisual. Faltaban recursos humanos para la producción de un programa televisivo, pero la identificación con la labor encargada, el ingenio y la buena disposición del equipo dio como resultado un producto televisivo de calidad.

En un acuerdo en conjunto con el equipo de audiovisuales y parte del trabajo de pre producción se diseñó la nueva estructura del programa televisivo “Factor Trabajo”, que estuvo compuesto de la siguiente manera:

### **1er bloque**

Nueva cuña de entrada

Titulares del programa

Informe de beneficiario

Noticias del sector

Bolsa de trabajo

## **2do bloque**

Informe de beneficiario

Consultorio laboral

Bolsa de trabajo

Nueva cuña de salida

Estas actividades fueron desarrolladas como parte principal de mi trabajo, pero también realicé otras actividades como fotógrafo de las actividades de la alta dirección, acompañando en las comisiones de viajes a diferentes regiones del Perú. Es así como conocí la realidad de muchas personas que fueron beneficiadas, lo que también sirvió como estudio para la realización de los documentos de pre producción y nueva estructura del producto audiovisual como se observa en la Figura 4.

Figura 4  
Bodega Lady Dy en Chupacas - Huancayo (2016)



### 2.3.2 Nueva identidad de Factor Trabajo

En Julio del año 2015, para la creación de una nueva identidad del programa Factor Trabajo, propuse que el programa fuera presentado por dos personas, generando así más agilidad. La primera persona presentaría las notas e informes, y la segunda persona, los bloques de la bolsa de trabajo; cada presentador con su debido guion literario, el cual brindaba la pauta para que los presentadores pudieran hablar partiendo de un esquema. Por otro lado, se unió al equipo un nuevo diseñador gráfico, con quien se coordinó y trabajó una nueva línea gráfica que vaya acorde con el manual de identidad que usaba la institución para las gráficas; y así poder obtener una nueva y definida identidad del producto audiovisual, el cual fue un buen trabajo en conjunto que logró ser aprobado por la jefatura.

Estar dispuesto a aceptar nuevas ideas aportan positivamente al proyecto. En nuestro caso el programa ya contaba con el uso de colores, estos no eran usados

a criterio del anterior editor y nunca se tuvo en consideración trabajar junto con el equipo de diseño para las piezas gráficas del programa. Es importante estar siempre atento a las buenas ideas y sugerencias que nos permitan visualizar con mayor creatividad.

Para diseñar o rediseñar un programa televisivo es relevante realizar la observación del contexto al cual nos dirigimos como parte del desarrollo de un proyecto. Profundizar en el tema ayuda a presentar nuevas propuestas, más sólidas al momento de ser ejecutadas o narradas.

Una de las herramientas claves para el desarrollo de una producción audiovisual y sobre todo para tener un orden con el desarrollo del proyecto fue la elaboración de guiones técnicos. Este es un recurso que determina los planos que se van a grabar para contar una historia con imágenes, aquí podemos tener más o menos especificaciones que se planifican para la realización de las imágenes, donde se puede encontrar indicaciones técnicas como encuadres, movimientos de cámara y efectos de sonido para la postproducción.

Al tener temas coordinados con los diferentes responsables de las áreas que tenían el contacto con los beneficiarios pude conversar con todos los protagonistas. Estas pre entrevistas fueron claves para poder armar historias breves o *storylines* de cada entrevista que se iba a realizar, y poder orientar y coordinar mejor con el entrevistador, teniendo así un panorama más amplio de la información que podía encontrar, como en qué fue capacitado o si había recibido algún otro beneficio por parte del programa de la institución.

De tal modo, las conversaciones fueron grabadas y transcritas, para después distinguir lo más relevante de los personajes y resaltar conceptos claros y

precisos, los que rescate en la etapa de realización y grabación de cada testimonio.

Cada entrevista del programa Factor Trabajo duraba entre 5 a 7 minutos, pero por la naturaleza de las notas siempre el tiempo de grabación era de 2 a 3 horas por entrevistado, ya que también se realizaban tomas de apoyos de los entrevistados, en las zonas donde ellos vivían o trabajaban (Figura 5 y 6).

Figura 5

Grabando tomas de apoyo Villa María del Triunfo – Programa Factor Trabajo (2016)



Figura 6

Grabando tomas de apoyo en Gamarra – Programa Factor Trabajo (2017)



Cada programa de Factor Trabajo se componía de dos bloques, los dos tenían el mismo tiempo de 12 minutos cada uno, dejando un espacio para la tanda comercial a criterio del canal. En el primer bloque teníamos la cuña de presentación, los titulares del programa a cargo del conductor, primer informe testimonial de uno de los beneficiarios y la bolsa de trabajo. En el segundo bloque se continuaba el informe testimonial de otro beneficiario, el consultorio laboral donde el conductor compartía espacio con un especialista en derecho laboral, la bolsa de trabajo y la cuña de salida.

Un ejemplo de una grabación era ir a grabar al punto más alto del distrito de Independencia, donde entrevistamos a un grupo de pobladores que participaron del programa Trabaja Perú, retratando historias de esfuerzo para salir adelante. Conocimos a Isabel Medina, beneficiaria del programa, madre luchadora de cuatro hijos, quien fue una de las participantes del proyecto Bellavista en Independencia. Nos contaba que empezó desconociendo el sector construcción; pero, poco a poco, fue aprendiendo, ganando experiencia, para luego trabajar en varios proyectos de su zona. De esta manera, se desarrolló como toda una experta solaqueando.

Otro ejemplo de testimonio fue la grabación en el mercado Unicachi en Comas, donde conocimos a Jessica Huilca, de 26 años, una beneficiaria del programa Jóvenes a la Obra, próspera emprendedora de venta de granos andinos, quien fue capacitada, y contó cómo se benefició de los cursos brindados y la puesta en práctica en su negocio.

Contar con el guion correctamente organizado, bien coordinado, respetando los conceptos aprendidos, en sus tiempos y partes, permitió mejorar el flujo de

trabajo en cada etapa de la realización del programa televisivo y llegar a un nivel de desarrollo eficiente y eficaz en sus procesos.

La etapa de realización del programa “Factor Trabajo” se desarrolló usualmente en exteriores, contó con entrevistas a personas emprendedoras, combinándose con grabaciones de video y tomas de apoyo. Estuvo compuesto de dos bloques, con una duración de 12 minutos cada uno. El primer bloque incluía la cuña de presentación, los titulares del programa a cargo del conductor, primer informe testimonial de uno de los beneficiarios y la bolsa de trabajo. En el segundo bloque continuaba con segundo informe testimonial de otro beneficiario, el consultorio laboral donde el conductor compartía espacio con un especialista en derecho laboral, la bolsa de trabajo y la cuña de salida.

### **2.3.3 Creación de una cuña de presentación**

La creación de la cuña del identificador del programa o cuña de presentación, marcó otro de los retos creativos en la elaboración del programa, es fundamental esta cuña de inicio ya que es el momento clave donde el televidente decide continuar viendo el programa, el resultado, logramos una línea gráfica de fácil identificación, coherente, correctamente relacionada al contenido del programa.

Existen varias técnicas para crear este momento del programa, en el caso específico de Factor Trabajo, decidimos usar objetos gráficos en movimiento o *motion graphics* combinado con imágenes de apoyo representativas del programa. En primer lugar, se desarrolló una escaleta, sobre ella establecí las imágenes de los diferentes programas del MTPE y luego desarrollé el guion y el *photoboard* con el contenido de fotos y gráficos calados, se fue ensamblando un collage de imágenes realizado con el software Photoshop por el equipo de

diseño, se grabó una locución en off y el montaje se realizó en Adobe Premiere tratando de respetar los valores del guion técnico.

Este espacio fue preciso para poder aprovechar aportes externos y hacer retroalimentación a las ideas que teníamos para poder plasmarlas en la nueva cuña. Las técnicas audiovisuales que se decidió emplear fueron la animación de gráficos en 2D y 3D, así como un *slide* de imágenes de archivo de planos de 5 segundos, aproximadamente, que sirvieron para las cuñas de entrada y salida a tanda seguida de la animación.

La cuña de identificador de programa o cuña de presentación fue elaborada en base a un plan de pre producción. Al no contar con tiempo para la nueva grabación de imágenes se optó por la opción de usar nuestro archivo de imágenes.

El software de montaje de la cuña de presentación fue Adobe Premier y para los efectos especiales y animaciones se usó el software After Effects como se puede apreciar en la Figura 7, se generó un efecto de desenfoque y se trabajó la imagen con colores desaturados en todas las imágenes, así también se trabajó un texto con una gráfica en forma de engranaje tipo rueda dentada que tenía movimiento rotativo el cual quería transmitir una imagen de generador de potencia como se muestra en la Figura 8, así también para la musicalización utilizamos la suscripción a Envato Elements, que vende ventajas creativas para diseñadores web, incluyendo temas, gráficas, vídeo. En general, para vestir las notas se usaba una biblioteca de sonido que fue creciendo con el tiempo libre de *copyright*.

Los conocimientos y técnicas adquiridas en la etapa universitaria, en las prácticas pre profesionales y luego en lo laboral fueron valiosas herramientas al afrontar los retos que me plantearon. Las herramientas tecnológicas empleadas para la realización de la cuña de presentación sumada a los conocimientos, dieron como resultado una pieza gráfica audiovisual de acuerdo al contenido del programa televisivo.

Muy importante destacar que, sin el correcto manejo de los conceptos teóricos, no sería posible obtener los buenos resultados del programa.

Figura 7

Secuencia de imágenes para intro – Programa Factor Trabajo (2016)



Figura 8

Nuevo logo de inicio de programa – Programa Factor Trabajo (2016)



#### **2.3.4 Creación y desarrollo del programa Factor Trabajo**

El siguiente paso era la elaboración de los bloques del programa, dentro del primer bloque estaba la introducción del presentador del programa el cual manejaba textos explícitos, a veces a modo de intriga y algunas veces poético, trataba de hacer un breve resumen de lo que se encontraría en el capítulo que se iba a emitir en Factor Trabajo. Este fragmento era presentado mediante un stand up y/o narrado en locución en off por el presentador del programa acompañado por imágenes que contextualizaban el lugar de trabajo u hogares de los beneficiarios y protagonistas que visitábamos. Por ejemplo, si el tema que se iba a tratar era de una joven que se capacitó en repostería en una institución de Villa El Salvador, las imágenes de apoyo realizadas o de archivo servían para vestir la locución en off, o se realizaba un stand up con el presentador en el lugar mismo.

Después de anunciar el resumen de los temas y la dinámica del programa, pasábamos a través de una claqueta a la presentación de la primera nota del programa, una historia de éxito, realizada por el reportero y grabada a una cámara en diferentes momentos y lugares, con diferentes planos. Para identificarlos se creaban gráficas que se colocaban en post producción con los respectivos créditos, con pastillas que recordaban el tema que se estaba tocando.

Seguidamente de la historia que tenía como tiempo de duración entre 4 a 6 minutos, la dinámica del programa continuaba con otro stand up del presentador con el mismo estilo al de la presentación del resumen de temas, haciendo una introducción al bloque de noticias del sector, seguido de su respectiva claqueta

la cual también daba una separación entre tema y tema. Este pequeño espacio contaba en locución en off sobre cuales habían sido las noticias más resaltantes del sector trabajo y promoción del empleo; asimismo, estaba vestido en postproducción con imágenes de apoyos, esto era reflejo del trabajo que también se realizaba cubriendo las comisiones del titular del sector. Durante la realización de la presentación que daba el inicio al bloque de noticias muchas veces se aprovechaba grabar la locución del bloque de noticias ya que este era un espacio pequeño dentro del programa.

Mediante una claqueta realizada en postproducción se presentaba la Bolsa de Trabajo, segmento que era presentado en locución en off, dando a conocer las ofertas de trabajo. La fuente de información era la Ventanilla Única de Promoción del Empleo del MTPE, la cual era la responsable de filtrar la información, aquí se detallaba la cantidad de puestos de trabajo que se requerían, así como también el lugar de trabajo; en este caso, brindábamos información de Lima y provincias, el pago que se iba a realizar y los requisitos mínimos para postular.

Este segmento duraba tres minutos y medio aproximadamente. En la parte visual era muy importante mantener la línea gráfica del programa, los elementos que estaban representados en claquetas tenían ciertos movimientos realizados en postproducción, de esta manera generábamos un espacio de interés con el televidente al tener buena información.

Seguidamente, mediante una animación con el logo del programa se mandaba a corte que estaba sujeto a disposición del canal.

El orden de cada bloque estaba bien estructurado, este método de trabajo facilitó mucho en el momento de la grabación del programa. El contenido bien planteado

facilitó la visualización de las imágenes al realizador o coordinador, proponiendo el plano y movimiento de cámara adecuado que refuercen el contenido. La forma en la que se presentaron las imágenes mejoró el mensaje a transmitir al espectador.

### **2.3.5 Desarrollo de ediciones del programa Factor Trabajo**

Como se mencionó anteriormente, el programa contaba con un tipo de estructura. Para tener un óptimo ritmo de trabajo, las grabaciones siempre se hacían con una semana de anticipación para el lanzamiento del programa. Durante la semana de grabación se podía recolectar material hasta de dos programas, que luego serían editados y post producidos logrando tener un back up a los cuales solo se le actualizaba el segmento de las Noticias del Sector, por si nos fallaba algún entrevistado. Es preciso tener en consideración que el programa se venía realizando desde hace unos años atrás todos los fines de semana sin descanso, pero para cuando se replanteó todo ya se contaba con al menos tres programas realizados.

Luego de cada comisión realizada, el material grabado se tenía que *ingestar* en la isla de edición al no contar con un *data manager* o administrador de datos. Este trabajo debía ser realizado por el editor o camarógrafo, los archivos de video y audio se organizaban en carpetas por comisión de manera digital con nombre del autor, fecha, hora y lugar de comisión. Es decir, en cada carpeta se podía encontrar sub carpetas con stands up, tomas de apoyo, entrevistas, logrando así un orden a la hora que las imágenes pasaban por el proceso de selección final, el cual era realizado entre el camarógrafo, periodista y editor. Con el material ya seleccionado, el periodista comisionado realizaba la visualización de su

entrevista y elección de material audiovisual. Este proceso era realizado cada vez que el periodista iba a redactar su nota, teniendo así una visión integral de elementos visuales que podía usar y sugerir en su guion.

Con el guion final, el material pasaba al proceso montaje o edición, este proceso se desarrolló con el software Adobe Premiere versión CS6, labor que realice con el editor. Siendo responsable del producto audiovisual, también ayudaba a editar notas cuando el trabajo estaba sobrecargado; de esta manera, pude encargarme de la edición de testimoniales, noticias del sector o la bolsa de trabajo para luego pueda ser insertado en la estructura del programa televisivo.

Con las carpetas en orden, las importaba para no repetir la secuencia de crear de nuevo en la ventana de navegador de medios. También se elaboraba una secuencia por cada edición que iba a realizar facilitando al editor del programa un orden, por si la edición requería algún cambio. El flujo de trabajo que realizaba el editor era que por bloque en primer lugar cortaba el contenido de las tomas de apoyo y después las entrevistas. Luego en la etapa de la estructura del programa se ordenaban los stands ups de la presentación, teniendo siempre de guía el guion técnico realizado en la pre producción.

Una vez editada cada secuencia del programa, el editor del proyecto culminaba con la estructura, añadiendo cuñas del programa, transiciones, vistiendo con nuestras tomas de apoyo y las secuencias. En varias ocasiones, la estructura sobrepasaba el tiempo coordinado con el canal que era de 24 minutos; de modo que, se tenía que reducir y/o ajustar al tiempo estipulado, pasando a hacer el montaje de la música, agregando los efectos o transiciones, aplicando la colorización y finalmente la masterización de los bloques.

Con la copia final o master del programa Factor Trabajo, se tenía una reunión de coordinación con la jefatura para que el producto audiovisual fuera visualizado y revisado, para poder recibir su feedback, sea aprobado y enviado al canal.

### **2.3.6 El nuevo “Factor Trabajo”**

El 2016 fue un año importante para la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, ya que luego de tantas reuniones, trámites burocráticos y arduo trabajo se logró sacar adelante una nueva edición del programa Factor Trabajo con nueva imagen, más dinámico, moderno, pero siempre manteniendo la línea que venía desarrollando el programa años atrás, la de ofertar empleo a la población mediante este medio.

La nueva estructura del programa Factor Trabajo contaba con el mismo equipo de realización, pero a este se le sumó la participación de dos conductores y se trabajaba mediante un plan de pre producción; uno de ellos se dedicaba a la presentación en general del programa y la realización de las notas periodísticas. Se le sugirió hacerla a dos tiros de cámara para sus entradas, pero en realidad estaba hecho todo a una sola cámara como se muestra en la Figura 9 y 10.

Figura 9

Presentación con cámara 1 – Programa Factor Trabajo (2016)



Figura 10

Presentación con cámara 2 – Programa Factor Trabajo (2016)



También se puso en funcionamiento todo lo planteado en los estudios de pre producción, como las claquetas que usábamos como transición, realizadas en conjunto con el equipo de diseño. La paleta de colores que se usó en todos los gráficos del programa estaba basada en la línea grafica con la que contaba el ministerio. Anteriormente, no se contaba con una línea gráfica definida, pero

junto con el nuevo equipo de diseño se ideó y coordinó que todos los productos del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo estén en armonía con los gráficos la cual se puede ver en la Figura 11.

Figura 11

Claqueta de transición – Programa Factor Trabajo (2017)



Para una mejor textura en cuanto a imagen, para los *stands ups* se decidió realizarlas con una cámara de foto (Canon 1d Mark IV), logrando así mejores resultados y teniendo algunas ventajas en los videos. Un claro ejemplo podría ser que, para tener una profundidad de campo, se lograba un *look* más cinematográfico, propio de los lentes con los que se trabajaba.

Además, había una gran diferencia cuando se realizaba con la cámara que generalmente utilizábamos para grabar las notas periodísticas. De estas cámaras también podríamos destacar la capacidad de captación de los colores,

al igual que en las fotografías. Los detalles se aprecian a la perfección y físicamente son aparatos versátiles ver ejemplo en la Figura 12 y 13.

Lo bueno de todo esto es que en cualquier situación en la que puedas llevar tu cámara de fotos, también puedes tener una cámara de video de alta gama. Pero, lamentablemente no contábamos con una. A la interrogante de ¿por qué no se grababa todo el programa con una cámara de foto? Era porque, a su vez, se le utilizaba para el registro fotográfico de las actividades del ministro o de alta dirección.

Figura 12

Ejemplo de *stand up* con cámara DSRL – Programa Factor Trabajo (2017)



Para el segmento de la bolsa de trabajo, que era nuestro segmento clave y por el cual el programa se transmitía a través de IRTP TV Perú, se le dio su propia presentación. Asimismo, contaba con una claqueta animada, la cual se lanzaba luego de las palabras de la presentadora ver Figura 14.

Figura 13

Ejemplo de *stand up* con cámara DSRL – Programa Factor Trabajo (2017)



Figura 14

Nueva imagen de segmento bolsa de trabajo – Programa Factor Trabajo (2017)



La claqueta fue trabajada en conjunto con el equipo de diseño, siempre utilizando la línea gráfica que se le había dado a la entidad. Para este segmento se realizaba una *locución en off*, la cual iba acompañada de texto sobreimpreso, el mismo que describía la cantidad de puestos de empleo, el distrito donde se iba a laborar, el salario y los requisitos como se puede observar en la Figura 15.

Junto con el equipo se optó por continuar con la esencia del segmento, ya que era una de las mayores características del programa, y se le aportó un fondo en movimiento.

Figura 15

Nueva presentación de bolsa de trabajo – Programa Factor Trabajo (2016)



Cabe señalar que este trabajo no hubiese sido posible sin el gran equipo de profesionales con el que contaba la Oficina de Comunicación del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, con quienes después de arduo trabajo en equipo se pudo evidenciar el esfuerzo tras la emisión del nuevo Factor Trabajo.

### **CAPÍTULO III: CONCLUSIONES**

Desarrollar un programa de televisión en Tv Perú (cadena de televisión pública) es un reto para todo profesional de la comunicación, más aún si la producción se inicia desde un entorno externo como el área de comunicaciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), donde se ha experimentado ciertas limitaciones presupuestales, y que el impacto en la audiencia del canal de televisión público no es mayoritario, pero con cobertura nacional. Al ser un canal referente para el país, ha sido el primero en transmitir la televisión digital terrestre (TDT), lo que ha permitido hacer uso de la tecnología digital y las redes sociales, de esta manera lograr un mayor alcance en el público con contenidos educativos y culturales preferentemente.

Los medios de comunicación comercial, el internet y su contenido desmedido que se exponen en todas sus plataformas como las redes sociales, son un espacio de gran competencia para todo aquel que desea realizar un producto audiovisual en el sector del Estado; en este caso dando a conocer ofertas laborales. Asimismo, el conocimiento teórico y práctico, la habilidad y creatividad que emplean los profesionales en comunicación para llegar a grandes masas de la población y así se nutran de buen contenido nos exige mayor esfuerzo y trabajo.

La producción audiovisual exige de sus autores propuestas creativas e innovadoras, poniendo de manifiesto ideas basadas en la experiencia y las lecciones aprendidas en clase. El programa “Factor Trabajo” tuvo varias etapas, que fueron evolucionando a lo largo del periodo que contó con mi colaboración

(2015-2018), siendo un producto básicamente de visualización de historias de emprendedores y emprendedoras que lograron el sueño del negocio propio y con éxito, además, contó con una sección de consultoría laboral legal y consejos o tips laborales.

Siendo la primera etapa de producción de un programa televisivo, la etapa de preproducción del programa “Factor Trabajo” se orientó de la mejor manera y fue un proceso complejo con aciertos y errores, ya que trasladar la idea a un guion es una labor conjunta, donde la elección de la historia a contar debe tener la capacidad de interesar al público.

Para garantizar un producto de calidad técnica, la etapa de postproducción fue fundamental, haciendo uso de las herramientas tecnológicas y de esta manera asegurar un producto de calidad para el público. Para el programa “Factor Trabajo” se pretendió contar siempre con los mejores equipos audiovisuales y pese a no contar con recursos técnicos de última generación y ser un equipo audiovisual reducido a comparación de otras entidades estatales, se pudo lograr poner y mantener un programa de 25 minutos que se emitía a nivel nacional.

El programa Factor Trabajo es un ejemplo que se puede realizar programas atractivos, motivadores y enganchar con el público, en su mayoría interesado en la búsqueda de empleo. Por ello, es muy importante que previo a la creación de un programa televisivo, se deba estudiar y conocer al público al que nos dirigimos, ya que esto permitirá contar con indicadores para elaborar mejor el mensaje y así tener muchos puntos en común con el público observador.

Las autoridades que conducen los medios de comunicación públicos, tienen el deber de ahondar aún más en nuestra diversidad cultural con un contenido que permita al público en general nutrirse de conocimiento motivador, fortaleciendo sus habilidades y capacidades, como efecto colateral, los profesionales de las comunicaciones tendrán más oportunidades laborales. El comunicador tiene la capacidad de llegar a una institución, trabajar en él y organizarlo de manera que esta forma de trabajo perdure; y aunque la persona ya no se encuentre en la institución, este es su legado.

En el trabajo diario de una oficina de comunicaciones, desarrollando contenido audiovisual encontramos que ninguna idea nace sola. Con buena voluntad, esfuerzo, dedicación, ganas de aportar a nuestro país y conocimientos concretos podemos lograr propuestas innovadoras y con buena base sólida.

El programa Factor Trabajo cumplió con su objetivo de brindar un producto audiovisual atractivo, creíble y, sobre todo, inspirador para la audiencia.

## CAPÍTULO IV: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Barros Bastida, C., & Barros Morales, R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. *Revista Universidad y Sociedad*, 7(3), 26-31.
- Benítez, A., Rodríguez, V., & Utray, F. (2013). *Guion técnico y planificación de la realización*.
- Carpio, S. (2012). *Arte y gestión de la producción audiovisual*. UPC.
- Castillo, J. (1997). *Elementos del Lenguaje Audiovisual en televisión*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Fernández, A. (2015). *Pre-producción, rodaje y montaje del documental de la banda valdiviana "Newton Jones"* (Doctoral dissertation, Universidad Austral de Chile).
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. *Comunica*, 15(29), 100-107.
- Hernández, G. (2017). *Dirección de arte para producciones audiovisuales*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España.
- Instituto Peruano de Publicidad (2020). *¿Qué es la comunicación audiovisual? | Su gran importancia en la sociedad*.
- Lara, T., & Piñeiro, A. (2010). *Producción audiovisual. Apuntes para la formación*. Plataforma de Infancia Ciberresponsables. España: Aire comunicación.
- Martínez, J., & Fernández, F. (2010). *Manual del productor audiovisual* (1ra Edición). Barcelona: Editorial UOC.

- Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2010). *Vision del ministerio de trabajo*.
- Moore, G. (1996). *Crossing the Chasm*. New York: Harper Business.
- Nicolau, D., Agostini, S., Grasso, A., Macconi, Ch., Vezzali, S., Lombezi, A. Dajelli, M. (1982). *Las técnicas de la imagen*. Barcelona: Editorial Mitre.
- Mutis, J. (2018). *Introducción a la producción audiovisual*. Bogotá: Universidad Manuela Beltrán.
- Ortiz, M. (2018). *Producción y realización en medio audiovisuales* (1ra Ed.) España: RUA Universidad de Alicante.
- Pardo, A. (2014). *Fundamentos de producción y gestión de proyectos audiovisuales*. Ediciones Universidad de Navarra.
- Perca, M. (2017). *El contenido narrativo como herramienta publicitaria y el lenguaje audiovisual a través de la campaña: El Perú tiene corazón - honda. Año 2016* (Tesis de maestría). Universidad de San Martín de Porres.
- Pérez, G. (2020). *El mensaje publicitario en relación al posicionamiento de la marca PROMART a través de la campaña "La hija perfecta", año 2013* (Tesis de licenciatura). Universidad de San Martín de Porres.
- Romero, A. (1996). Manual de producción audiovisual. *Revista de Estudios Cinematográficos*, 2(6), 1-33.
- Soto, J. (2015). *Manual de producción audiovisual*. Ediciones UC.
- Universitat Wien (2012). *Términos de cine o sea terminología cinematográfica un breve glosario*.

## CAPÍTULO V: ANEXOS

### Anexo 1. Programa Trabaja Perú (2013)



Entrevista a la señora Celia García en el distrito de la Victoria

### Anexo 2 Programa Trabaja Perú (2014)



Entrevista a Isabel Medina en el distrito de Independencia

Programa Trabaja Perú (2014)



Martina Barrientos en plena jornada laboral en obra de construcción

Programa Trabaja Perú (2014)



Participantes del programa laboral Trabaja Perú en obra del distrito de Independencia

Programa Trabaja Perú (2014)



Grabación de entrevista en la anticuchería "Grimanesa" en el distrito de Miraflores

Programa Trabaja Perú (2014)



Retrato a la señora Grimanesa Vargas luego de grabación de su entrevista

**Anexo 3**  
**Programa Factor Trabajo (2015)**



Grabando Factor Trabajo en el asentamiento humado “Centinela”, distrito de Independencia

**Anexo 4**  
**Programa Factor Trabajo (2017)**



Entrevista a Lucy Calderón beneficiaria del programa Impulsa Perú

**Programa Factor Trabajo (2017)**



Beatriz Salas, en su emprendimiento en su local de Gamarra, La Victoria