



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LA PRODUCCIÓN DE CONCIERTOS

TESINA DE EXPERIENCIA DE TRABAJO

ALUMNO: NORMA GASCA HERNÁNDEZ

ASESOR: DOCTORA FRANCISCA ROBLES



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDÍCE

Agradecimientos

Introducción

Capítulo 1. La empresa

1.1.- Concepto de la Empresa

1.2.- Estructura de la Empresa

1.3.- Servicios que ofrece al mercado y selección de talento

1.4.- Imagen Corporativa

1.5.- El espectáculo como empresa autónoma, individual e independiente

1.6.- El espectáculo

Capítulo 2. Planeación

2.1.- Selección de concepto y elenco

2.2.- Plan de finanzas generales y sponsors

2.3.- El productor

2.4.- Scouting y Venue

2.5.- Contratos de actuación y de servicios generales

2.6.- Impresos, vía pública, prensa y publicidad

2.7.- Equipos técnicos

2.8.- Recursos Humanos

2.9.- Permisos, pagos y venta de boletos

2.10.- Logística general y contratación de servicios

2.11.- Plan de seguridad

Capítulo 3. La Producción

3.1.- Montaje técnico (audio e iluminación)

3.2.- Montaje de producción

3.3.- Soundcheck

3.4.- Operativo de seguridad y paramédicos

3.5.- Comunicación interna y personal de producción

3.4.- Transportación, camerinos y catering

3.5.- Horarios de show y cambios de set

3.6.- Alimentos y bebidas

3.7.- Inicio del evento

3.8.- Ejecución del evento y desarrollo general

3.9.- Resolución de imprevistos y planes de contingencia

3.10.- Finanzas generales, recuento de cierre y liquidaciones

Conclusiones

Documentos de Referencia

A mis padres Gloria y Otilio, sólo por ustedes, que han sido y son mi mayor inspiración y fuente de apoyo, el camino no ha sido fácil pero es el que la integridad que me enseñaron me ayudo a forjar, para hoy día ser la persona que soy, intentaré seguir su ejemplo de amor y fortaleza.

GRACIAS

INTRODUCCIÓN

LA PRODUCCION DE CONCIERTOS

La necesidad de crear, creer, crecer y autenticarse ante uno mismo y aún más hacia el exterior, lleva al individuo a generar formas diversas y novedosas de autogestión para lograr las metas fijadas en la ilusión estudiantil.

Es obvio entender que el sueño de la realización profesional no será una fácil tarea, sin embargo tampoco nos planteamos panoramas tan desoladores que a veces hacen sembrar la duda en nuestra selección de lo que será nuestro oficio.

Los planes sueñan con realización profesional y no tienen un plan de respaldo, cuando el joven estudiante concluye su formación académica realmente no sabe qué rumbo tomará su destino profesional por más que haya una planificación del rumbo que se desea seguir, los golpes son duros, las oportunidades pocas y la competencia mucha, justamente estos tal vez considerados impedimentos fueron lo que me impulsaron a buscar alternativas, en primer lugar para aplicar los conocimientos adquiridos teóricamente en las aulas de mi alma mater y para buscar mi oportunidad de vida para crearme una carrera satisfactoria que me permitiera desarrollar mis talentos y me ofreciera la posibilidad de crecer estableciendo yo misma mis límites.

La casualidad me llevó a un medio sobre estimado en su valía, sin embargo es ciertamente cerrado a los nuevos talentos, esto lejos de desanimarme me impulsó aún más, decidí abrirme camino y ante la falta de oportunidades sólo me hizo falta valor para tirarme al ruedo y muy modestamente crear una pequeña empresa especializada en la producción de conciertos, en la que poco a poco fui diversificando y ampliando los servicios para ofrecer al mercado un concepto integral y resolutivo en soluciones para el medio del espectáculo en vivo.

Hoy día **Rock Show Entertainment** es una realidad como empresa y ofrece servicios de difusión y manejo de prensa para artistas, manejo y representación de talentos generando giras nacionales e internacionales, manejo de agenda personal y venta de servicios

profesionales y presentaciones, producción de conciertos y soluciones de logística, y servicios para espectáculos.

La experiencia y la constancia ha permitido crecer en nombre, prestigio y estructura, y lo que fue un deseo hoy es una realidad que alimenta el crecimiento profesional de jóvenes entusiastas deseosos de crecer en el medio de la producción y fuente de empleo e ingresos de un grupo de personas que dependen de la empresa de manera fija o eventual.

No hay nada escrito y el éxito es tan efímero como una canción, no hay que perder el objetivo, ni la capacidad de aprender y asombrarse, cada día brinda la oportunidad de desarrollar un nuevo talento que nos hace más grandes como persona y como profesional.

No se requiere de una gran inversión, ni de una gran estructura para lograr hacer realidad la creación de una pequeña empresa, se requiere solo de esfuerzo, la dimensión, rumbo y destino, la práctica cotidiana nos dará la respuesta.

A partir de mi pequeña empresa y ambición he podido hacer crecer mi proyecto profesional, que es hoy día mi forma de vida y me ha hecho el ser humano integro que soy, existirán los aciertos y fracasos, pero si tenemos certeza de la vocación que sentimos el triunfo será inminente.

Siempre hay oportunidades, sólo hace falta salir y encontrarlas.

Capítulo 1. LA EMPRESA

INTRODUCCIÓN

La necesidad de dirigir el esfuerzo de la práctica y de crecimiento personal, así como el deseo de profesionalizar la labor del día a día, hicieron soñar con crear una empresa propia y autogestora, que se dedicará a crear sólo los proyectos en los que se crea profundamente y que desarrolle el talento de un joven equipo ávido de crecer y generar.

Las oportunidades son limitadas y ante la falencia e incluso ausencia de éstas fue el motor vital que me impulsó a arriesgarme a inventar mi propia fuente de empleo y por supuesto de ingresos que me llenara profesionalmente y que me permitiera ganarme la vida no sólo honesta sino satisfactoriamente a partir de un medio tan competido y despiadado, pero al mismo tiempo satisfactorio y que alimentaría en mi ensueño no sólo mi bolsillo sino también el alma.

Las metas las creamos para esforzarnos a cruzarlas y es nuestro propio trabajo el límite y el motivador para llegar y rebasar, para cada vez inventar nuevos retos más ambiciosos que nos hagan crecer profesionalmente, y competitivos, ser líder en el medio.

La modestia y la incipiente empresa proyectada del origen dependen de alimentar el sueño todos los días para que la realidad alcance y rebase la expectativa propia.

1.1.- CONCEPTO DE LA EMPRESA: ROCK SHOW ENTERTAINMENT

Para direccionar la empresa hay que partir de un concepto, esto apoya a autenticarse y distinguirse en el mercado, pero sobre todo apoya el concepto interno facilitando el camino al desarrollo evadiendo distractores.

Mi experiencia en el medio de la producción inicia por casualidad, en tanto en esa época de mi inicio en la actividad me desempeñaba como voluntaria en Amnistía Internacional como coordinadora de prensa y pena de muerte, fue la inquietud de llevar a más gente la causa de la lucha por los derechos humanos lo que me incentivo a crear mi primera producción, desde el principio el planteamiento del manejo de espectáculo era en ese momento crear conciencia social sobre la violación a los

derechos fundamentales del ser humano y difundir la campaña en contra de la pena de muerte.

Desde ese momento y a partir de mi primera experiencia en la producción de espectáculos quedó como inquietud apoyar causas diversas aprovechando a los convocantes para así darle carácter a el show.

Sin embargo esto no siempre es posible y no debe tampoco ser un obstáculo, la realidad del medio como de cualquier otro es que está sustentado en los dividendos que arroja, pero siempre es gratificante utilizar los recursos predispuestos y obligatorios de una producción en una causa útil.

Aunque esta simpatía no implica un concepto para la empresa, en la práctica común identifica a la empresa como una empresa amiga del apoyo a causas diversas.

La selección inicial respecto al nicho del mercado donde se enfocarán los esfuerzos es en realidad la fundamental para dar inicio al concepto que se quiere reflejar profesionalmente, el especializarse en un tipo de mercado o género musical a desarrollar hace focalizar para ser mas efectivo y contundente.

Mi elección se inclinó hacia el mercado juvenil en los géneros más underground llamados también subterráneos, esta decisión obedeció directamente a razones que consideré serían las más prometedoras para el desarrollo de la misma y los factores tomados en cuenta fueron:

- Atracción personal hacia el género, si se piensa hacer de la empresa una forma de vida debe ser la que la persona por naturaleza prefiera, esto no necesariamente implica que no pueda en el futuro crecer o mutar, así como inclinarse a otros mercados, de esto hablaremos más adelante, pero definitivamente, debe ser la preferencia a título personal.
- Conocimiento nato del género que debe ser natural a la elección a la que me referí antes, mientras más se tenga información de lo elegido, más sencillo en términos generales es su desenvolvimiento, por lo que está me parece la idónea manera de arrancar.
- Seleccionar los rubros en los que se está capacitado para crear una presentación de servicios a brindar para así empezar a difundirlos, en ésta área se debe ser muy sincero, ya que no se puede ofrecer lo que no se conoce y

aunque es cierto que la experiencia nos hace crecer, y hay que empezar de cero, cualquier proyecto no se puede comercializar un servicio que no se maneja por completo.

- La constante práctica amateur, esto no sólo dará métodos prácticos si no que también mayor soltura para el buen desenvolvimiento y creará o aumentará una agenda para tener mayor respaldo de relaciones para poder crecer en el negocio.

La selección del nicho de la empresa no es una decisión ambigua, expresa más allá de la atracción personal, en mi caso me atrajo la naturaleza de la población juvenil como un sector hambriento de desahogar su energía, manifestar sus inquietudes y por supuesto a agruparse con otros jóvenes con los que sientan afinidad con los que crean grupos de confort.

Históricamente dentro de medio de la música, ésta ha estado intrínsecamente ligada con las expresiones políticas y sociales de la juventud en turno, sobre todo dentro del mercado foco de mi empresa como respuesta a la masificación y aligeramiento de la música tomada sólo como un entretenimiento trivial, en tanto la música puede ser portadora en su lírica de nuestra postura política, entorno social, forma de pensar e incluso de vivir.

Los años cincuenta nos aportan a la historia de la música el rock and roll como respuesta a la represión, al racismo a la inestabilidad política y a la guerra, se genera el caldero de fusión entre rhythm & blues y música country con la experimentación de sonidos eléctricos a partir de la guitarra, resultado de ello se obtuvo un sonido auténtico, poderoso que agrupo paulatinamente más y más a la juventud.

Los sesenta nos enseñaron un crecimiento artístico del género, pero también las grandes condensaciones de público que podía atraer, así como los excesos en los que los jóvenes podían caer entre ellos la drogadicción, pero también EL CONSUMISMO.

Durante los años setenta la respuesta contestataria hacia a música disco creada por los grandes emporios de la música fue la música punk llena de furia, letras altamente políticas contra el sistema político.

Para esta época ya el movimiento rock había llegado a todo el mundo y en cada rincón se había generado un movimiento auténtico en su esencia e individual en su concepción,

nutrido por su entorno, en pleno crecimiento cada vez más poderoso y con un negocio que crecía a su lado como un gran monstruo económico que direccionaba la industria.

En los años ochenta este monstruo ya tenía varias cabezas, se consolidan géneros como el heavy metal, el hip hop, el progresivo entre otros y todos estos que competían entre sí, competían fuertemente contra la música pop, country o su equivalente de folklor local y la música plástica creada instantáneamente y destinada a desaparecer de la misma forma.

Los noventa dieron a la industria el thecno y a su contraparte la música grunge con altos contenidos sociales y sobre todo la búsqueda de identidad y la necesidad de pertenencia, se gestó entonces lo que se conocería más adelante como la generación X acusada de falta de interés respecto a lo que sucede globalmente y preocupada exclusivamente de su propia miseria, sin embargo esta búsqueda del yo interior objeto de estudio de los psicoanalistas produjo números millonarios a la industria de la música con numerosos representantes del hartazgo que llenaban estadios y es en esta época que se consolidan las llamadas bandas de estadio que dan a la industria las más grandes producciones de conciertos nunca antes vistas.

Con el comienzo del milenio se dio inicio a una nueva forma de hacer las producciones musicales, nace la música independiente conocida en el argot como indie, para aportar a la industria otra forma de composición del espectáculo sustentado mucho más en el artista no tanto en los aspectos visuales y de performance que antes fueron magnificados.

En Latinoamérica y puntualmente en México toda la influencia de años y métodos fueron aplicados en el contexto inmediato, con historias muy parecidas respecto al crecimiento del movimiento rock en países como Argentina, Chile y México fueron punta de lanza para influenciar la industria de otros que tardaron mas en desarrollarla como Colombia y Venezuela.

En México hoy día la industria de la producción de conciertos la cual obviamente está ligada íntimamente a la industria de la música es la cabeza del mercado de habla hispana, esto implica no sólo una responsabilidad sino que implica una oportunidad y como profesionista independiente con la necesidad de generar y crear esto se convierte en la posibilidad de inventar una empresa noble, pero no ingenua que intente competir en el medio usando elementos básicos como estudios de mercado, integridad en el objeto de su trabajo y ambición en el proceso de desarrollo.

Todo gran concepto empresarial requiere de una imagen pública para desenvolverse en el ámbito elegido, por mi parte la selección fue de una simpleza absoluta tomando en cuenta dos factores: servicios e imagen.

- **Servicios**

Para seleccionar los servicios que se pueden ofrecer debe haber gran sinceridad profesional y ética, se debe conocer qué se puede hacer bien y generar, tal desempeño que se pueda cobrar por servicios profesionales, la gama de servicios puede ser casi ilimitada pero sustentada en capacidad y recursos humanos es lo que se decidirá se esta en capacidad de ofrecer, pero de eso hablaré más adelante.

- **Imagen**

Para manejarse en el medio y como forma de diferenciación de la empresa contra otras ya existentes o que estén por crear, el lanzamiento de ésta ya eligió como rubro ser una Agencia de Producción y Management, ahora es menester tener un nombre que individualice, y exponga brevemente el giro y los servicios profesionales que se ofrecen, esto fue lo que designó el nombre de la mía, la cual decidí nombrar:

ROCK SHOW ENTERTAINMENT

1.2.- ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Para que toda empresa sea funcional se requiere de un orden y estructura que apoyen las decisiones que afectarán el rumbo, imagen y prestigio de la empresa.

Como empresa independiente el organigrama es muy limitado, ya que los recursos que genera es el nivel de nómina que puede sustentar, sin embargo en a ejecución práctica en campo este espectro se amplía con personal eventual y personal que sólo es contratado por el día o días de ejecución del evento.

ORGANIGRAMA

ROCK SHOW ENTERTAINMENT*



*Fuente.- Norma Gasca

1.3.- SERVICIOS QUE OFRECE AL MERCADO Y SELECCIÓN DEL TALENTO

La selección del talento que formará parte del elenco con el que la empresa trabajará será elegido más por mutuo acuerdo que por razones de afinidad personal, pero siempre encajado en el parámetro de concepto, es la apuesta profesional que hace la empresa de invertir recursos en el desarrollo y crecimiento de un artista que se considera encaja en el concepto del perfil de la misma.

1. En la empresa participan artistas que conformarán lo que en el medio se conoce como **roster** ¹, de dos maneras: para management y para **booking** ²

Una empresa de producción artística ofrece una variedad de servicios especializados enfocados a diferentes áreas, que son estructura al desarrollo óptimo de una carrera profesional para un artista y para una producción a lo individual.

Yo decidí en la mía incluir los siguientes:

1. Management

Esto refiere al manejo integral de la carrera de un producto, en estos casos nuestro producto es un talento artístico que puede ser solista o grupo.

La función que se desempeña es llevar la agenda de actividades, las relaciones públicas, hacer los tratos y negociaciones en nombre, y representación de el artista en cualquier carácter profesional, por ejemplo: La firma de contratos de actuación, la relación entre la compañía discográfica que edita los discos u obras fonográficas, la promoción en medios diversos con el fin de difundir su imagen, la venta de shows a terceros, el manejo de contratos con otras empresas con fines de patrocinio o imagen de marca de productos y servicios.

En caso de que el artista sea extranjero, la gestión de permisos de actividades lucrativas dentro del país.

El manejo de las finanzas generales y la contratación de prestadores de servicios externos como contador, abogado, staff o personal técnico y logístico de base. Es hacerse cargo absolutamente de toda asociación o trabajo profesional del representado.

1.-Roster: la traducción al español, refiere un listado, compendio o directorio, en el medio nos referimos a talento, literalmente a "listado de talento".Fuente : <http://www.cvc.cervantes.es>

2.-Booking: Es la venta y comercialización de presentaciones y shows

2. Booking

Este término se refiere a venta de shows y presentaciones personales, esta función no está obligatoriamente ligada al management se puede hacer el booking de un artista sin hacerse cargo de la carrera profesional al mismo tiempo.

En estos casos se coordina entre dos partes la agenda del artista una la que maneja el management y la que maneja el booking, este es un caso frecuente cuando el artista es extranjero o tiene su residencia fuera del país, así entonces un artista puede contar con varias oficinas ya sea divididas por regiones para hacer más efectiva su venta de espectáculos y manejo de su imagen o por funciones, es decir, que exista una representación para ventas, otra para management, otra para prensa, otra de relaciones públicas y así pueden surgir mas funciones dependiendo del impacto que tenga el producto.

3. Prensa y promoción

Igual que el apartado anterior esta función no esta obligatoriamente ligada al management que es el rubro que más aspectos desarrolla.

Como se sobre entiende, pero vale la pena recalcar, esto refiere el manejo integral de la imagen ante los medios de comunicación, como el manejo de la información que se quiere dar por este conducto, maneja los boletines de prensa, apoya los lanzamientos y mantiene activo el producto ante las audiencias, se hacen tours de medios usando los sistemas de cara a cara cuando se está disponible o vía telefónica, o comunicación electrónica en localidades remotas.

Se está en constante actividad creando y poniendo en marcha promociones que involucren el nombre o imagen e incluso la participación en vivo del artista, todo naturalmente para mantener la vigencia y estabilidad del producto en el mercado.

4. Producción técnica

Este servicio se enfoca básicamente en hacerse cargo de los montajes técnicos, la contratación y coordinación de servicios especializados como audio, iluminación, escenario, valla, escenografía, video, transmisión y actividades diversas ligadas exclusivamente con los aspectos del escenario hacia adentro para que se pueda ver y escuchar según lo previsto, como agencia se da el servicio como empleado independiente, pero es otra parte la que genera la producción ejecutiva y la producción general.

Para llevar a efecto esto se requiere de un *“production manager”* encargado directamente del funcionamiento técnico de los equipos sobre escenario (*“on stage”*), el staff técnico de equipos de escenario, así como operadores de audio, monitores e iluminación, también el técnico general de video y un coordinador general de este equipo que es responsable de que todo funcione.

5. Producción general

Esta área es más de tipo administrativa y organizacional, se dirige a planear las logísticas en tiempo y espacio para que todo pase según el propio esquema creado para el funcionamiento de la producción.

Esta área hace el ensamble de todos los elementos que forman parte de la producción como tal, es la que maneja la integridad de la información y dirige toda actividad.

1.4.- IMAGEN CORPORATIVA

Tal vez se mal interprete la intención al usar un nombre en otro idioma y particularmente en inglés, lo que puede hablar no muy bien para algunos, para mi explica breve, pero contundentemente qué hago.

Mi agencia de dedica a: el rock, a los shows y al entretenimiento

3.-Production Manager: Encargado de organizar los asuntos de organización de equipos técnicos

Es simple es muy descriptivo y remite inmediatamente a la producción de conciertos, el uso del anglicismo fue tomado porque me pareció glamuroso, mas internacional y enérgico al mencionarlo, siempre hubo una intención de ser internacional de salir de mi entorno nacional a mercados nuevos y diferentes y mi mercado inmediato por naturaleza era el mercado anglo así que desde el principio decidí manejarme así para después no tener que modificarlo y facilitar al menos en imagen pública la entrada a un mercado distinto al mío, además de la gran frecuencia con la que se centra en el medio de la producción de conciertos del uso de anglicismos que se convierte en un lenguaje "universal", ya que es el argot de uso diario para todos los profesionales del mundo de este medio, independientemente de la lengua materna.

Para cerrar esto se requiere de una imagen física que sea la que identifique visualmente a la empresa con todo evento y producción en la que este involucrado.

Mi selección simple en color de impacto y básicamente muestra el nombre de la misma.



La importancia de contar con una imagen o símbolo es que por medio de ésta nos identificarán en el mercado, a verla en campañas públicas remitirán al receptor a ligarla con otros eventos o producciones en los que se haya visto involucrada la imagen, esto da prestigio, aunque por supuesto, puede ser delicado el uso porque puede llegar a darse alguna situación de contratiempo en la producción que puede ir en contra de la imagen que se quiere proyectar, porque el público será susceptible a recordar una mala experiencia, pero nuestro trabajo será sustentarnos en todos los elementos que sumen a la experiencia positiva.

Esto genera un incluso involuntario currículum público que generará la atracción de otras fuentes de negocio que enriquezcan las finanzas de la producción y con esto me refiero a los sponsors o patrocinadores que serán en ocasiones los generadores que iniciaran a concepción de un proyecto para la creación de un concepto que se convertirá en una producción.

Las marcas y productos siempre están a la búsqueda de mecanismos y objetos deseables para promocionar, presentar, posicionar o elevar un producto o servicio y éstas grandes empresas cuentan con recursos anuales como parte de sus presupuestos designados a la difusión y promoción de la marca, y es del interés de cualquier empresa de producción y servicios artísticos contar con recursos adicionales que soporten proyectos, esta es la importancia de paulatinamente ir generando un currículum solvente, digno y estimulante para presentar a estas empresas y la imagen será uno de los motores principales para lograrlo.

1.5.- EL ESPECTÁCULO COMO EMPRESA AUTÓNOMA, INDIVIDUAL E INDEPENDIENTE

Otra cara de la moneda nos presenta que no necesariamente se requiere construir una empresa, basarse en una estructura y sustentar el funcionamiento con un organigrama, existe un camino probablemente más simple, pero no más fácil de ejecutar.

El espectáculo es como tal una empresa en sí misma, ya que se genera a partir de un concepto, se focaliza en la atracción de un público objeto de nuestro interés de explotación y explota el concepto e imagen para generar recursos económicos que remunerarán la inversión y reflejarán utilidades.

Es en otro capítulo de este trabajo donde desglosaremos puntualmente cada elemento que debe de ser tomado en cuenta, pero más en su operación y ejecución, ahora nos ocupa más la cuestión financiera.

Nuestro primer punto es centrar nuestra producción en expectativa de capacidad de venta y con base a ello se definirán todos los demás aspectos que afectarán directamente los ingresos y egresos.

En segundo lugar, el estudio de mercado respecto a el proyecto nos arrojará el estimado de costo por boleto para así tener definido en tanto a expectativa de afluencia y monto del boleto una estimación cercana a la facturación final que será nuestro ingreso.

Para llevar a cabo un espectáculo o producción éstos son los elementos para tomar en cuenta, que serán los que mayor recurso consuman.

Renta del local, este elemento determina lo que en expectativa se espera de afluencia, sin embargo los costos generados por renta del espacio y la habilitación del mismo de ser necesario nunca deberá ser mayor al 10% de la estimación de ingreso.

Pago de honorarios del artista (o elenco de ser el caso), este punto nos ocupara del monto de estimación máximo 25% .

Publicidad (Impresa, spot de radio o televisión, vía pública y volanteo), como regla general de inversión de espectáculos ésta hecha por la experiencia misma de la ejecución, se invierte el 10% del estimativo en difusión.

Audio, iluminación, escenario, este rubro ocupará máximo un 10% del estimado de facturación nunca más de esto.

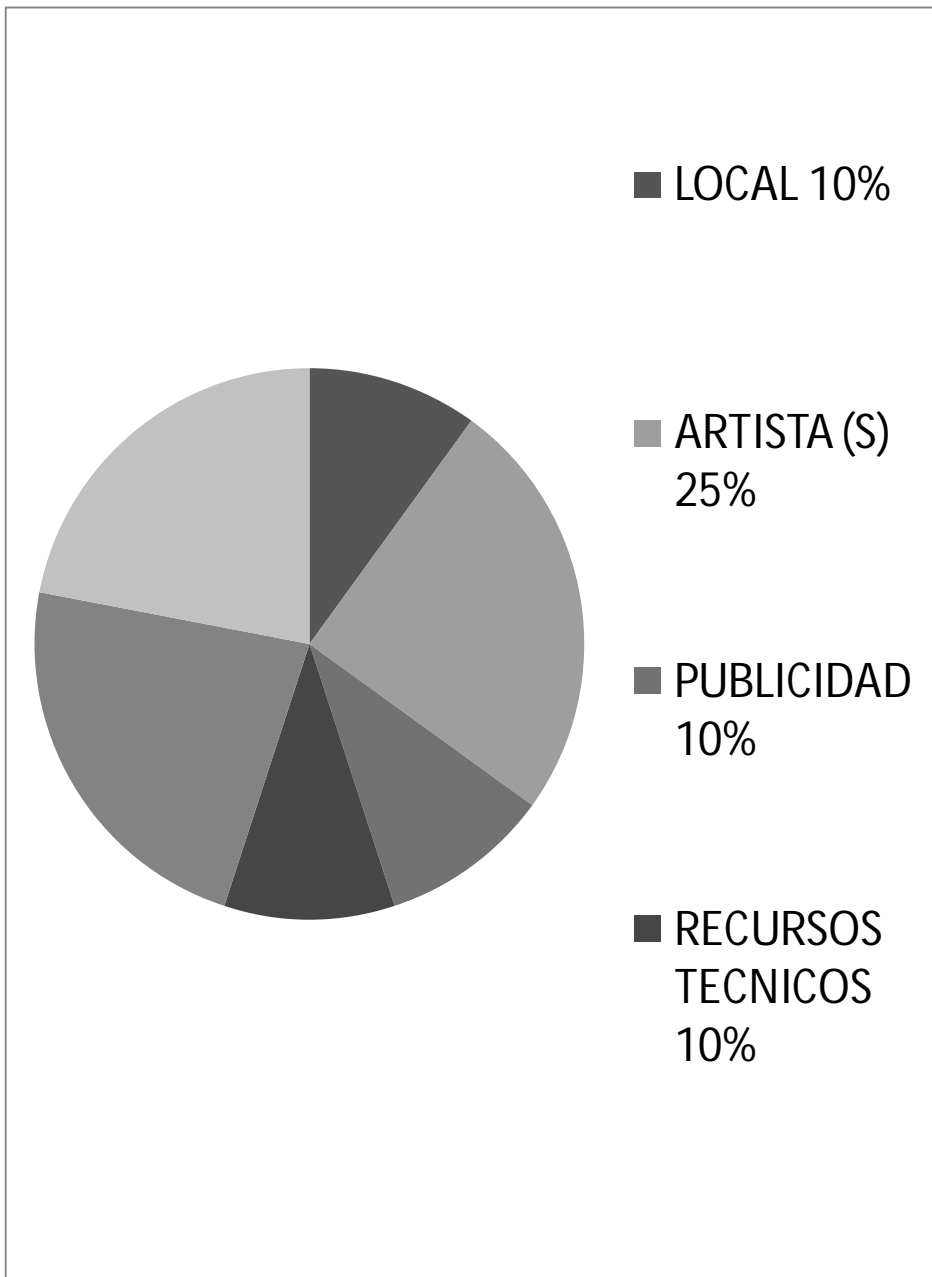
Impuestos esto utiliza más o menos el 18% del recurso facturado, dependiendo de la localidad donde sea llevado a cabo el evento.

Gastos diversos de producción, para esto se resguardan siempre un 5% y este concepto incluye rubros como seguridad, camerinos, catering, personal de operación (nómina).

Hay rubros que pueden ser minimizados o eliminados y por medio de los patrocinadores, estos pueden participar por contratación de evento y pago de prima que es un aporte de un pago fijo a la producción en una o dos exhibiciones, o por intercambio de productos y/o servicios.

La magnitud dispone las cantidades pero en términos operacionales este es un esbozo general inexacto pero muy aproximado del manejo de los recursos y su distribución.

***PORCENTAJE DE EGRESOS DE UNA PRODUCCIÓN**



**Estos datos, así como su división porcentual no son una regla escrita, es lo que en base a la experiencia arroja la ejecución.*

Fuente.- Norma Gasca

1.6.- EL ESPECTÁCULO

Por su esencia y como experiencia, los espectáculos se dividen por su propia estructura y desarrollo, mismos que le dan carácter y definición, cada uno de ellos requiere distintos elementos de ejecución y operación para dar buenos resultados.

Mi trabajo se ocupa de la producción de conciertos, sin embargo en la simplicidad del concepto existen distintos tipos de conciertos por lo que vale la pena distinguirlos.

SHOW CASE

Es una presentación breve de máximo cuatro temas musicales, que se hace cuando se va a presentar un nuevo material (aún sin distribución en tiendas o para apoyo a su reciente edición) está dirigido a medios, ejecutivos discográficos, así como para compradores y distribuidores mayoristas.

El montaje debe ser básico y reducido para hacer una presentación simple y concreta de lo que se considera los temas más relevantes del disco a presentar, es la oportunidad que se le da al artista de impresionar gratamente a las cabezas de la industria para favorecer la distribución y los apoyos publicitarios.

Existe otro tipo de showcase dirigido al público en general, son siempre auspiciados por las compañías discográficas que editan el material del artista o por la tienda de discos misma para impulsar su imagen.

Ambos formatos son gratuitos para los asistentes y breves en su contenido, y duración.

SHOW

Es el formato más común en el que un artista presenta un show completo , una presentación personal, ejecutando en vivo sus más sobresalientes temas, está creado para el lucimiento de el artista principal, todo el montaje escénico depende de el concepto que este manejando en ese momento de su carrera el artista, la disposición de iluminación y audio están diseñados para su uso particular.

Ocasionalmente se decide incluir un artista "soporte" o "abridor", la función de éste es preparar el ambiente para recibir al número estelar y aligerar la espera de la audiencia mientras que él hace su ingreso al recinto donde se lleva a cabo el espectáculo, las condiciones de técnica y montaje en este caso dependen del artista principal y usualmente los artistas aceptan hacer soporte sólo por fines promocionales sabiendo que deben adaptarse al espacio que el artista principal ceda.

FESTIVAL

Los festivales son generalmente los receptores de los grandes formatos, la nutrida participación de artistas conforman un combo llamado elenco que debe ser organizado según su género y estilo musical, los festivales pueden ser ubicados en un solo género musical, sin embargo el tiempo y la historia de la música nos han enseñado que la diversidad enriquece y que podemos mezclar diferentes estilos sin adulterar la esencia del concepto, generando así una mayor expectativa que derivará si se maneja adecuadamente el tratamiento de la publicidad en mayor afluencia de público.

El festival es el master de los conciertos, es el padre de los formatos por las dimensiones que deben generarse para su desarrollo y presentación, las necesidades técnicas y logísticas se maximizan, es el espectáculo musical de impacto, pero el más difícil de manejar, por sus propias circunstancias de organización, logística, montaje, difusión y manejo.

Hay dos conceptos de festival:

Masivo.- planificado y pensado para grandes concentraciones de gente su carácter se deberá a diferentes factores que influirán la asistencia, algunos de éstos factores pueden ser la ubicación, el elenco, el concepto, el costo entre otros.

Por continuidad y duración (Institucional).- Son aquellos que forman parte de la integridad de un concepto, que por su duración en días e incluso semanas forman parte de un formato y pueden ser o no la actividad central.

CONCLUSIONES

Todo esfuerzo de constancia, de organización y pulcritud en el manejo de la producción de un evento, así como la honestidad en la administración y el manejo de los recursos financieros de los que como representante de un artista, productor de un evento o vendedor de espectáculos, es recompensado con ingresos financieros, reconocimiento público y más clientes interesados en formar parte de la estructura organizativa que es la empresa.

La empresa independiente y auto gestiva desde la humilde creación a la práctica y ejecución, maneja diferentes espectros del medio nos orillan involuntaria , pero placenteramente a crecer en imagen y alcance, con la satisfacción de emplear y profesionalizar a más individuos, es más que un pago para alguien que como yo nada tenía, más que el entusiasmo de creer en la responsabilidad de hacer.

Capítulo 2. PLANEACIÓN

INTRODUCCIÓN

La planeación es el órgano central que da vida a una producción, espectáculo o montaje escénico, es lo que da vida a un concepto, es el activador de la imaginación.

Esta parte fundamental del proceso que nos lleva de lo teórico a lo práctico determina no sólo la operación para la ejecución en el terreno práctico, sino que transforma en realidad la idea, esta etapa puede decidir el rumbo e incluso el resultado que tomará el proyecto.

Transitando la ruta de la planeación se decidirán, agregarán o eliminarán cuestiones o situaciones previstas o asentadas en la creación conceptual, las modificaciones en la práctica nos darán la consistencia necesaria para hacer de un proyecto una opción viable para la ejecución.

Es en esta etapa que se toman las primeras decisiones importantes respecto al proyecto que se llevará a cabo, se crearán las plantillas de operación, la nómina, las pautas de prensa y promoción, las planillas de gastos de egresos, la estimación de ingresos, la tramitación de permisos, los pagos facultativos para el inicio de la operación.

Dentro de este trabajo divido los diferentes tipos de producción, de los que se habló en el capítulo anterior en ejemplos prácticos y puntuales que definen las diferencias entre si de manera más gráfica y ágil, todos los ejemplos fueron ejecutados sin contratiempos por su profunda planeación, obteniendo resultados positivos en todos los aspectos que podemos esperar de una producción.

Un show para que sea considerado un éxito debe arrojar positivamente los siguientes aspectos:

Convocatoria

Todo lo que hacemos y los que trabajamos en una producción tenemos como principal objetivo y de hecho incluso podríamos considerarlo como único motivo: LA CONVOCATORIA, que es lo que mueve a esta industria, la posibilidad de alcanzar las más nutridas audiencias, lo que para el artista estriba en el éxito de llevar y entregar su arte a las masas o a selectos grupos, para los productores es la respuesta de por qué lo hacemos,

es el todo de nuestra razón de actividad profesional, es la razón que alimenta la imaginación y nos lleva a crear e inventar nuevos y frescos conceptos a innovar fórmulas, y reinventar las existentes, los productores lo hacemos todo por el público, para generar la atracción que atrape mayores audiencias, éstas audiencias generarán los recursos para hacer los proyectos viables , el éxito o fracaso en la convocatoria define el rumbo de la industria, el destino de la carrera de un artista o montaje escénico, encumbra o anula un concepto.

Financiero

De la mano de la convocatoria viene la facturación final haciendo la obviedad de que el acopio de los recursos financieros depende de nuestra audiencia y define la magnitud del montaje.

Cada proyecto tiene su expectativa de venta y es esto lo que sustenta la inversión, a partir del balance de la suma de egresos que significan la inversión se define el punto de equilibrio en el cual una cantidad de boletos vendidos que garantizan el aforo para la llevar a cabo la presentación, también garantizan la recuperación de la inversión para a partir de ese punto poder aspirar a utilidades que es lo que toda inversión busca para respaldar la continuidad y operación de una empresa.

Artístico

En un show siempre hay diferentes ópticas, ya que cada parte de la producción observa los hechos desde el punto en el que se encuentra colocado.

El artista se entrega involuntariamente en manos de la producción y es este hecho de mutuo acuerdo que dirige la relación contractual.

Existen shows exitosos financieramente, en los que factores adicionales que inyectan recurso respaldan la viabilidad del proyecto, pero que son ciertamente desastrosos para la imagen pública de un producto artístico, un show con escasa audiencia, una audiencia escéptica o apática, mal control de la seguridad, mala calidad técnica en los equipos de sonido e iluminación van directamente en detrimento del artista.

El artista debe como regla general salir a triunfar, a encantar a la audiencia, a ser adorado y admirado por el público, a entregarles emociones y generar una catarsis, si este objetivo no se cumple significa un fracaso artístico.

El artista vende ensueño y eso es lo que lo hace diferente y especial como para que la gente pague un boleto para verlo y experimentar de cerca ese punto de identificación que lo une a cada uno de los asistentes, es el portavoz de las emociones y sentimientos de personas que al sentir esa afinidad los convierte en seguidores del artista, y es esa constante identificación, la positiva recepción de la entrega musical y lírica que hace el artista, lo que hace de una persona que gusta de ese arte particular en un "fan".

Un show debe ser un viaje que lleve a la audiencia por un camino emocional, variado y excitante, debe despertar las sensaciones de los asistentes, generar adrenalina, el impacto debe ser sensitivo, auditivo y visual.

Operación y Seguridad

Si una producción está favorecida por la asistencia, resuelta de las finanzas y empática artista-audiencia es deber de la producción garantizar las condiciones que den continuidad al espectáculo, un error en una de estas áreas aún con avances positivos ,puede llevar abajo a la producción por lo que ser meticuloso no esta de más.

Cobertura de medios

Todo está caminando bien por ellos, es el momento de que más gente se de cuenta de que el artista es especial y único, se debe hacer alarde de ésto para aspirar a futuras audiencias más nutridas.

Sensibilizar a los medios es labor fundamental, más aún cuando se está susceptible a la recepción de las emociones, una mala o buena nota puede influir no sólo en la imagen presente y futura del artista sino también en las audiencias presentes y futuras, por ello influye directamente en los ingresos.

Un bolígrafo o un micrófono tienen el poder de influir en el público, la prensa tiene el poder de crear o destruir, de apoyar el crecimiento o de obstaculizarlo, razón por la cual se debe ser prudente y sensato en la convocatoria, accesibilidad y trato para tener una saludable relación que sea grata y recíproca.

Técnica

Este aspecto que es ajeno al público es otro factor directo que influye en la calidad del espectáculo, la audiencia paga por un espectáculo de calidad, el audio y la iluminación son el vestido y el maquillaje de la producción son la vitrina de exhibición, no puede haber un espectáculo digno si no existe calidad en las cuestiones técnicas.

La calidad del sonido hace la diferencia entre un buen o mal show, aunque sea escénicamente magistral si se escucha mal el espectáculo se deteriora, se minimiza y se empobrece y puede tirar por la borda todo esfuerzo del equipo de producción, a tal punto que puede exhibir a un artista como bueno o malo.

La audiencia no conoce detalles técnicos especializados, por lo cual no le interesa cómo pero debe ser sonido impecable, se debe escuchar con claridad la voz y entenderse las palabras dichas al micrófono, la claridad de la ejecución de cuerdas y percusiones, la intensidad de los sintetizadores y todos los elementos instrumentales en escena.

Recuento final

El compendio de aciertos respecto a los elementos antes mencionados y otros muchos secundarios del engranaje de la producción nos darán el resultado de nuestros esfuerzos de equipo, la carrera profesional de la empresa productora es la constante búsqueda de la balanza a favor, es lo que nos prestigia como empresa, nos respalda como equipo y nos permite transitar con éxito profesional.

2.1.- SELECCIÓN DE CONCEPTO Y ELENCO

Es en este momento en qué se delinea que tipo de espectáculo que se llevará a cabo, para hacer un panorama más descriptivo y sustentando, mi conceptualización de los diferentes tipos de evento ejemplificaré con producciones que ya realicé y dividiré los eventos según su carácter.

➤ SHOW CASE

Este tipo de eventos, por su carácter promocional y exhibición de un nuevo producto son siempre gratuitos y el acceso a ellos es exclusivamente vía invitación personalizada.

El tipo de invitados a estas presentaciones están enfocados a especialistas del género musical que se presenta, profesionales del medio artístico y de la producción de eventos, inversionistas y representantes corporativos encargados de patrocinios, medios de comunicación e invitados especiales.

No hay una expectativa de venta y su financiación íntegra es solventada por el promotor del artista, la compañía discográfica que edita en el mercado la obra fonográfica o por quien tenga el interés de colocar el producto a la vista pública.

Este tipo de eventos, por su carácter de evento promocional y de presentación de un nuevo producto son siempre gratuitos, y el acceso a ellos es exclusivamente vía invitación personalizada.

El tipo de invitados a estas presentaciones están enfocados a especialistas del género musical, profesionales del medio artístico y de la producción de eventos, inversionistas y representantes corporativos encargados de patrocinios, medios de comunicación e invitados especiales.

No hay una expectativa de venta y su financiación íntegra es solventada por el promotor del artista, la compañía discográfica que edita en el mercado la obra fonográfica o por quien tenga el interés de colocar el producto a la vista pública.

➤ **SHOW**

Die Toten Hosen

Presentación personal del artista, de origen alemán, este evento estuvo respaldado por Goethe Institute, para acompañar a este grupo hubo un artista invitado elegido por su afinidad en cuanto a género musical, el grupo elegido de origen argentino conocido comercialmente como Cadena Perpetua.



Fuente: Rock Show Entertainment/Norma Gasca

2 Minutos

El grupo argentino es el objeto principal de atención y protagonista del espectáculo.



➤ FESTIVAL MASIVO

Jah Fest

Esta producción es un evento más complejo, creado con el concepto de apoyar programas no gubernamentales de ecología y difundiendo un mensaje acerca temas variados como la reforestación, el reciclaje, la protección de los recursos naturales, el cuidado del medio ambiente y al planeta.

Evento con imagen institucional y desde su concepción fue pensado para instituirlo como una franquicia anual, tiene por frase de identificación "música por la renovación".

Focalizado hacia los géneros musicales de *reggae* ⁽⁵⁾ y *ska*⁽⁶⁾, que por su ideología e historia se han identificado con la lucha social, la protección al ambiente y la naturaleza, la igualdad, su oposición al racismo y a la discriminación.

5- Reggae.- Género musical de origen jam.aiquino, que de su derivación en ingles significa "harapiento" y que se asocia al movimiento rastafari proveniente de Etiopia. (Fuente Wikipedia)

6.-Ska.-Género musical que deriva de la fusión de música negra americana de los años 50 con ritmos populares de Jamaica, muy asociado a los Rude Boys y ala independencia de Jamaica del Reino Unido

El Festival Jah Fest invita al público a formar parte de un movimiento de conciencia ambiental a través de la música.

Dos días de concierto llevados de la mano con actividades que apoyen la enseñanza del cuidado de nuestro planeta y mejorar al medio ambiente.

Como respaldo a la parte musical que es e gran convocante de la producción se colocaron módulos de información, conferencias y actividades interactivas, se involucró a organizaciones, asociaciones y fundaciones que realizan trabajos e investigaciones y acciones inmediatas de apoyo a la ecología y de la recaudación por concepto de venta de boletos se destinó un donativo para apoyar a uno de los proyectos de las organizaciones participantes, el regulador de los proyectos es la Secretaría del medio Ambiente del Distrito Federal, quien participa también del concepto.

El nombre del festival hace referencia a Jah que es Dios mismo para la religión rastafari originaria de África y que han influenciado a la música reggae que tiene su cuna como movimiento musical en Jamaica, país que también es cuna del genero ska, así es como se cerró el concepto del evento.



Fuente: Rock Show Entertainment/Norma Gasca

➤ FESTIVAL INSTITUCIONAL

Festival Puerta de Mar

Concepto creado para celebrar los 488 años de la fundación de la ciudad de Veracruz, lugar donde arribaban a México los productos, personas e ideas a este país.

La puerta de Veracruz es la más antigua de América Latina y hoy día símbolo emblemático del puerto de Veracruz.

Esta celebración financiada por el estado de Veracruz presentó a lo largo de 15 días un show distinto cada noche en diversos géneros, enfocados a todo tipo de audiencia, presentando un elenco que incluyó a artistas como: Jaguares, El Tri, Belinda, José Luis Rodríguez "El Puma", Enrique Guzmán, La Sonora Santanera, Festival del día del niño, La Academia 5ª generación, Sonora Dinamita, Los Pericos, El Gran Silencio, Nicho Hinojosa, Arrolladora Banda Limón, Desfile de Modas, Teen Tops, Los Rebeldes del Ritmo, entre otros.

Estos eventos fueron gratuitos al público con audiencias masivas día con día.



Fuente: Festival Internacional Puerta de Mar/Gobierno del Estado de Veracruz

2.2.- PLAN DE FINANZAS GENERALES Y SPONSORS

De nuestros tipos de producción o evento tenemos que generar una planilla de gastos, de egresos e ingresos, que nos indique el parámetro financiero que se debe generar.

Se debe generar el listado de los rubros que se deben cubrir, no sólo los que automáticamente referiríamos como la renta de el local, la publicidad, los honorarios del artista, la renta de audio e iluminación, pago de nómina, seguridad e impuestos.

Muchas veces hay factores adicionales que deben ser sumados al gasto de la producción, hay que tomar en cuenta la nacionalidad del artista por ejemplo, en este caso debemos adicionar vuelos internacionales, vuelos nacionales de ser necesario, el pago de exceso de equipaje, las transportaciones locales, el pago de permisos de internación, hospedaje, viáticos y la cobertura total de los gastos que según el contrato de prestación de servicios artísticos indique.

Los elementos que hay que tomar en cuenta son todos aquellos que necesitamos pagar por anticipado, durante o después del evento y que se deriven de la propia producción y los podemos dividir en dos rubros

- **Recursos humanos (nómina).**
- **Servicios generales (contratación de servicios/proveedores).**

Las necesidades de cada producción la define la magnitud del evento por lo que es ambiguo, sin embargo aquí ejemplifico un plan de finanzas, que correlaciona las circunstancias del evento.

LOS SPONSORS (Patrocinadores)

Los patrocinadores o sponsors son recursos destinados al apoyo financiero a cambio de presencia de marca y asociación de imagen de un producto o servicio con el fin de promocionarse con un target de público al que se quiere influenciar para la adquisición del citado producto.

Las grandes empresas tienen departamentos especializados para esta función, que seleccionan los eventos con los que se quieren identificar, la cantidad en términos de dinero que un patrocinador puede aportar a un evento es directamente proporcional a la cantidad de audiencia, lo que significa calidad de impacto.

Existen varios tipos de participación de un patrocinador en un evento:

Cuota fija

Se pauta a partir del estimado de audiencia y una cantidad en dinero, que será pagado en dos exhibiciones y que apoyará a la financiación de los gastos generales

Intercambio

El patrocinador aporta en especie una cantidad de producto o presta un servicio y no hace ninguna entrega de dinero, la participación se sustenta exclusivamente a esta donación, aunque también se rige en cantidad por circunstancias de convocatoria o expectativa de audiencia y esos determina los volúmenes de la aportación

Financiación íntegra (Main Sponsor) (7)

Estos casos más que patrocinios es cuando una empresa X decide hacer una inversión en un espectáculo y ser el “main sponsor” o patrocinador exclusivo del evento, en realidad la propia empresa X contrata una compañía productora para la operación del evento, pero el recurso es propio, sólo que públicamente el evento aparece como patrocinado sentando como precedente en el público la asociación exclusiva e inmediata de un producto o servicio con un tipo de evento.

2.3.- EL PRODUCTOR

El título de productor implica la responsabilidad íntegra de los acontecimientos que sucedan alrededor y dentro de la producción, es la mano que direcciona el rumbo que se

toma, es responsable de las decisiones generales, la selección del talento, la contratación de servicios y de proveedores, la contratación del equipo humano que conformará el staff y la orientación logística, pero también es quien representa moral, civil y legalmente la producción.

La carga de responsabilidades puede ser tan intensa que puede ser abrumadora, por lo que por esta razón la gran carga que es ser productor de un evento cuando la magnitud del evento por su propia naturaleza lo amerita se delegan responsabilidades generando diferentes tipos de productor con el fin de tratar de especializarse y sobre todo focalizarse en áreas específicas para dar mejores resultados.

- **PRODUCTOR GENERAL**

Es el equivalente a un director de orquesta, maneja y decide todos los aspectos de la producción desde la búsqueda del financiamiento hasta la operación del día del evento y es el responsable de la toma de decisiones.

7.-Main Sponsor.- Patrocinador principal o mayoritario, que tiene la imagen corporativa prioritaria en el manejo íntegro de un evento. Fuente Norma Gasca Hernández.

- **PRODUCTOR EJECUTIVO**

Este tipo de productor esta más enfocado hacia las áreas económicas y es más un mecenas, un inversionista involucrado directamente en todo aspecto pero dedicado a el manejo del recurso, es quien financia el evento y maneja la inversión.

- **PRODUCTOR ASOCIADO**

Es un corresponsable con iguales facultades e iguales responsabilidades que el productor general y el productor ejecutivo, que con el fin de optimizar las acciones y cuidar más aspectos que generen mayor control de actividades y situaciones.

- **PRODUCTION MANAGER**

Exclusivamente dedicado a regular controlar y dirigir todos los aspectos "on stage" su área de mando es exclusivamente el escenario y única persona facultada para tomar decisiones técnicas.

2.4.- SCOUTING Y VENUE ⁽⁸⁾

Para ejecutar un concierto, además de un concepto y el talento es muy importante la selección adecuada del espacio donde lo llevaremos a cabo, las consideraciones que decidirán la decisión influyen directamente en los aspectos de la operación general. Los espacios abiertos nos ofrecen libertad y mayor amplitud, por lo tanto ofrecen mayor capacidad, brindan excepcionales escenarios naturales y facilitan los controles sobre las restricciones sobre fumar, magnifican un escenario y generan un ambiente más humano, más interactivo y natural, sin embargo presentan contras como mayor inversión económica para cubrir necesidades técnicas y de sonido, ya que los espacios abiertos dispersan la señal del sonido amplificado, por lo que se necesita magnificar la ampliación del audio, se requiere de mayores controles de seguridad para cateo e ingreso de artículos no admitidos como artículos punzocortantes o elementos que se consideren de riesgo. Los espacios cerrados nos ofrecen mayor acústica y retención de sonido, generalmente los lugares habilitados como centros de espectáculos, discotecas o auditorios cuenta ya con todos los permisos correspondientes de uso del suelo que eximen al productor de la gestión de estos trámites, nos permiten mayor control de accesos y áreas de trabajo y de manejo de servicios sanitarios, pero limitan la capacidad y deben ser estrictamente examinados para que ofrezcan las garantías de seguridad como salidas de emergencia, ventilación suficiente y dimensiones adecuadas.

8.-Scouting: es la exploración física del terreno donde se llevará a cabo el evento y Venue se refiere a la sede o lugar donde se llevara a cabo el evento. Fuente Norma Gasca

Se requiere de mayor cobertura y vallado para áreas de restricción, y de delimitación, por lo tanto un mayor número de elementos de seguridad para el resguardo del evento, se requiere mayor número de personal de limpieza que "barran" las zonas comunes dejando libre de piedras o de elementos que pudieran convertirse en proyectiles, además de la gestión de permisos de protección civil, delegacionales o estatales y de uso del suelo.

La particularidad del evento definirá la necesidad respecto al espacio, si embargo lo más común es adaptar el espacio al concepto del evento.

La visita previa es totalmente exploratoria y elimina puntos de especulación, de ahí su importancia práctica para la decisión de selección del espacio.

2.5.- CONTRATOS DE ACTUACIÓN Y DE SERVICIOS GENERALES*

Para un completo y seguro desarrollo de las actividades, es indispensable la celebración de contratos, este particular esboza las generalidades de los acuerdos de prestación de servicios ya sean artísticos ó de servicios, por qué firmar un documento y a qué se

compromete la empresa y a qué se compromete el servicio contratado, estos son puntos fundamentales para la relación recién adquirida con los proveedores.

Especifica las formas y métodos de operación de cada una de las partes para el armonioso desarrollo de la temporal relación entre las partes, y debe mantener bajo secreto de confidencialidad los acuerdos económicos, los pagos y liquidaciones.

**Se agregan documentos originales de referencia para ilustrar fichados con el número 1 y 2*

2.6.- IMPRESOS, VIA PÚBLICA, PRENSA Y PUBLICIDAD

La imagen pública del evento, respalda la integridad del concepto e influye directamente en cómo la audiencia entenderá o no, lo que como empresa se quiere proyectar.

La imagen del proyecto debe transmitir el concepto, debe ser breve, legible e informativo, debe generar en una sola exhibición impacto y contundencia, es el elemento de venta.

Cada caso cuenta con sus particularidades respecto a el volumen físico de producción de impresos que son posters, volantes, postales, pendones, espectaculares, así como el tamaño, color y lugares para su fijación, este proceso se lleva un período de 15 días aproximadamente entre la fabricación y la colocación y tiene un tiempo máximo de exposición en la vía pública de 40 días naturales, que es el tiempo que signan los proveedores de servicios según el contrato que se celebra para éste efecto.

Otro elemento de uso común es la rotulación de paredes de renta, generan mas impacto por su dimensión y diseño y no necesitan mantenimiento adicional por lo que resultan practicas y baratas, estos servicios son contratados con empresas especializadas en el rubro, ya que se requiere de permisos especiales de la municipalidad y como estos proveedores están divididos por zonas y demarcaciones geográficas es imposible saltar su liderazgo y organización.

**[Documentos de referencia No.1 y No.2]*

Las pautas radiales o televisivas se deben contratar con una anticipación mínima de 40 días, los elementos que debemos tomar en cuenta y que determinaran el costo de la misma son el tiempo de duración del spot, la cantidad de veces que se decide ponerlo "al aire" y los horarios de emisión, el tipo de frecuencia o estación seleccionada para tal efecto. Se debe ser simplemente informativo y descriptivo, estos impactos refuerzan a la publicidad impresa y tienen una duración de entre 20 y 40 segundos y la única manera que tenemos de equipar esta información es la televisión con imagen y sonido, y en radio con musicalización exclusivamente.

2.7.- EQUIPOS TÉCNICOS

Los equipos técnicos son especializados y aunque cumplen una función específica, es dentro del documento personal de cada artista que en el medio es conocido como RIDER, que se puntualiza en las particulares necesidades para satisfacer plenamente los requerimientos, que obedecen a situaciones técnicas y de ejecución, tomando en cuenta la plantilla de escenario, y de los instrumentos que serán utilizados.

Tenemos cuatro rubros que engloban las generalidades:

Audio

Son los sistemas de amplificación de sonido divididos en graves, medios y agudos, vienen en pares (por cada sistema izquierdo siempre debe haber un sistema derecho y esta división se refiere al lado del escenarios donde están colocados).

La cantidad de sistemas será decidido respecto a la cantidad de gente para la que esta pensado el evento, cada 2 sistemas por lado de audio sonorizan un espacio cerrado para 1,000 personas y en espacio abierto siempre dos terceras partes del estimado en recinto cerrado, ya que por razones acústicas en espacio cerrado retenemos el sonido y rebota en techos y paredes generando mayor sonido y en espacio abierto se genera dispersión del audio perdiéndose volumen en el sonido.

Iluminación

Es nuestro maquillaje escénico, sirve no sólo para visualizar, si no que es para generar atmosfera, cambiar los ambientes y magnificar las emociones que experimenta la audiencia a través del viaje que es un show, por medio de la iluminación se puede transmitir euforia, alegría, intimidad, melancolía y un abanico infinito de emociones, es un respaldo a el estímulo auditivo que complementa el manejo de los sentidos del público.

Técnicamente contamos con 2 tipos de iluminación que se dividen en convencional (que no son más que cañones o lámparas de 1,000 watts con una mica de color, y la iluminación robótica, que es mucho más compleja, no sólo por su alta tecnología y por sus cambios de generación, si no por su variedad de efectos visuales, colores y cobertura de espacios mayores.

El impacto visual y de las luces se respalda con máquinas de humos que generan mayor ambientación y cambio de texturas, hay otros apoyos visuales como pirotecnia con fuego

o chispas, explosiones de papel, burbujas, copos y una inmensa variedad todo con el fin de manejar las emociones y respuesta del público.

Back line

Este término hace referencia a los equipos de amplificación dentro del escenario, es lo que respalda los instrumentos para su ejecución, son los equipos que dan amplificación al sonido solo de los instrumentos, que serán magnificados por el sistema de audio.

Monitoreo

Esto refiere el control y división del sonido dentro del escenario, es la guía de los ejecutantes de los instrumentos, divide el sonido por instrumento musical para su correcta ejecución, de no contar con equipos de monitoreo, los músicos no podrían escuchar lo que están ejecutando, hay dos tipos de monitores: de piso y los "in ear" que son equipos personales que se colocan directamente en el oído.



Todos los términos y circunstancias técnicas se rigen por el **RIDER** (9), aquí dos ejemplos de esto con puntuales especificaciones.

Uno de ellos esta hecho para el uso de monitores convencionales de piso y el otro para el uso de monitores inalámbricos (in ears), que son dispositivos que están divididos en dos partes: el cuerpo que es el regulador de la frecuencia y volumen, así como de la mezcla y

los auriculares que son colocados en el oído para tener de manera personalizada las mezclas del monitoreo

[Documento de referencia No 3 y 4]

9.-Rider.-Es un listado detallado de los equipos técnicos y de la infraestructura que se requiere para poder hacer el montaje de un artista y todos sus integrantes en el escenario, el rider consta de varios apartados: audio, monitores, iluminación, hospitalidad y plantas de escenario.

2.8.-RECURSOS HUMANOS

En una producción se requiere de un engranaje humano indispensable para su buen funcionamiento, es este apartado una estructura completa del personal indispensable para el óptimo funcionamiento de la producción.

Es el productor quien dirige todo el equipo y es responsable de las decisiones de cada integrante del mismo.

El personal operativo de una producción se divide en:

Personal técnico

Son todos los operadores de equipos de audio e iluminación, así como técnicos de escenario.

Personal logístico

Tienen la función de coordinar horarios, entradas, salidas y a los proveedores de servicios externos y al personal de operación.

Personal de operación

Es personal de limpieza, choferes, carpinteros, electricistas, tramoya y servicios de montaje de carpas y mobiliarios.

Personal administrativo

Organiza llamados, hace las relaciones de ventas de boletos, de cortesías, listas de prensa, maneja las acreditaciones del personal y la papelería general del evento.

Cada área esta relacionada, todas con cada una de las otras dependen enteramente de que cada una de ellas desempeñe de manera óptima su función para no entorpecer a las otras.

***ORGANIGRAMA JERARQUICO DE RECURSOS HUMANOS**



*Fuente.- Rock Show Entertainment

2.9.- PERMISOS, PAGOS Y VENTA DE BOLETOS

Existen compañías de venta telefónica que administran el acopio de recursos, para que lleven a cabo esta administración se debe celebrar un contrato de prestación de servicios de venta de boletos en el que se adquiere el beneficio de el manejo y administración, pero se adquiere el compromiso de obligatoriedad de ejecución del espectáculo o en caso contrario la indemnización por faltas al contrato, este servicio es práctico en tanto el público identifica estos servicios por su gran popularidad, sin embargo son los de más costo de operación, costos que van cargados al cliente, el productor paga la impresión del boleto duro de alta seguridad y las comisiones de pagos con tarjeta de crédito, así entonces este servicio para producciones de menor presupuestos se convierte en inaccesible y es en estos casos que se recurre a lugares identificados, especializados o tiendas de conveniencia para poder poner a la venta el boleto en estos casos se trabaja vía intercambio y es la forma más barata y clásica de ponerlos al alcance del público.

2.10.- LOGISTICA GENERAL Y CONTRATACIÓN DE SERVICIOS

La columna vertebral de una producción es su logística, esta columna alimenta al resto de los órganos vitales de una producción de cualquier dimensión que esta sea.

Bajo el mando de un productor general, la decisión de la contratación de un equipo inmediato para la coordinación de las diferentes áreas apoya enormemente el buen funcionamiento de estas áreas.

Saber delegar funciones para la especialización del rubro es fundamental para potencializar los resultados y garantizar su óptima operación.

Las áreas de mayor carga de trabajo son:

La artística

Dentro de esta se coordina todo lo referente al elenco a partir de su selección, se encarga de gestionar los permisos de internación con actividades lucrativas para artistas extranjeros, la compra de pasajes aéreos que los traiga desde sus lugares de origen, la contratación de servicios de hospedaje y alimentación para las comitivas foráneas o extranjeras, los servicios de transportación local, se encarga de dar los llamados para pruebas de sonido y horarios de show, así como coordinar los horarios, esta área dirige el montaje de camerinos y el montaje de catering que son los alimentos y bebidas, coordina que cada espacio de estancia del artista cuente con el equipamiento necesario.

Tiene relación directa con el artista y su representación, es el interlocutor entre las necesidades generales del artista y la producción, tiene a su servicio personal de atención al artista, choferes, gestores de trámites de internación, personal de catering, de limpieza, de seguridad y resguardo de las áreas privadas.

Prensa y Relaciones Públicas

Es el interlocutor entre la producción y el público, maneja la relación e imagen del evento, así como la intermediación entre el artista y los medios de comunicación, ésta área maneja los comunicados públicos y administra la información dirigiendo la ruta predeterminada para manejo del evento, convoca a los medios a las ruedas de prensa, coordina las entrevistas, convoca a la cobertura del evento y todos los aspectos de imagen pública.

La técnica

Específicamente controla y garantiza las circunstancias de sonido, iluminación, amplificación y monitoreo, es el interlocutor entre las necesidades técnicas del artista y las necesidades de la producción como concepto para brindar a nivel visual y auditivo un espectáculo impactante.

De esta área dependen los operadores de audio, iluminación y monitores, el jefe de escenario, los asistentes de escenario, cargadores, tramoyistas, técnicos de escenario, electricistas, carpinteros y personal de montaje.

La general

Es obviamente no solo la más dispersa, sino la más amplia y complicada, se debe encargar de coordinar las áreas especializadas y hacerse cargo de todos los rubros de apoyo de cada una resolviendo rápida y efectivamente toda solicitud, además coordina la seguridad pública y privada designando espacio, y función a cada uno de los elementos que participa del operativo, se relaciona con autoridades respecto a permisos y gestiones para la ejecución de eventos públicos, se asegura de que todo pase en tiempo y forma.

2.11.- PLAN DE SEGURIDAD

Los espectáculos en lugares establecidos de continua producción cuentan común plan básico genérico de control, éste esta enfocado a controlar espacios específicos de conglomeración y se basan en un esquema de orden de aparición:

- 1.-** Puerta de acceso y cateo (hay que asegurarse de que no ingresen objetos y/o artículos no autorizados que pueden ser armas, drogas, flamables, proyectiles, alimentos y bebidas, mochilas, cámaras fotográficas y de video etc.)
- 2.-** Ingreso al recinto, no es más que una función de observación para monitorear la tranquilidad y normalidad sin contratiempos.
- 3.-** Escenario, eso se refiere a la valla humana, y que se coloca entre el escenario y la valla física de metal para resguardar que no ingrese o suba por el frente personas ajenas al equipo de trabajo
- 4.-** Áreas restringidas y camerinos, garantiza la privacidad y seguridad del personal de trabajo y elenco artístico, e impide el acceso a personas no autorizadas.

La función fundamental de personal especializado en control y seguridad es con el fin de garantizar la integridad física de los asistentes, así como el sano y pacífico desarrollo del evento, inicia a la apertura de puertas y concluye una vez que se ha retirado del recinto hasta la última persona asistente por ser audiencia o por ser personal de trabajo.

En eventos de mayores dimensiones se aplica básicamente el plan anterior en mayores dimensiones de elementos de seguridad y se debe montar espacio de servicios médicos y ambulancias en casos de accidente, si bien es cierto, los servicios médicos deberían existir en toda dimensión, la realidad es que en la práctica sólo es exigencia indispensable en espectáculos masivos.

Y es justamente en espectáculos masivos en los que es obligatorio e indispensable la presencia de seguridad publica, la cantidad de elementos policíacos los determina la autoridad gestiva, así como la cantidad de unidades de apoyo, esto tiene un costo que debe ser cubierto por la producción.

CONCLUSIONES

Es trabajo de equipo y sólo así como se puede sacar adelante una producción, no hay evento pequeño que pueda ser controlado por un productor en solitario, la delicadeza de compromisos legales, mercantiles y morales obliga al meticuloso ejercicio de operación de una producción, cada engranaje interno o externo resultan fundamentales para su aceptable resultado independientemente de las finanzas finales, se hace una diferencia entre ganancias económicas y profesional operación que aunque es el ensueño la funcionalidad y resultado de ambas no necesariamente van de la mano.

La especialización y la práctica es lo que hace la profesionalización de los involucrados, no hay reglas generales y a veces la toma de decisiones se confunde con improvisación, el talento del productor radica en la claridad mental para la toma de estas decisiones de manera práctica, viable y sensata, la responsabilidad de esta acción deriva en éxito o fracaso en este negocio no hay puntos intermedios, la única opción es resolver, agilizar y ejecutar de manera aceptable, digna y seguro, éste oficio ofrece, esparcimiento y diversión y el trabajo que ocupa al productor y al equipo es hacerlo de manera segura, limpia, respetuosa y espectacular, el público paga un boleto a cambio de una grata experiencia y es responsabilidad de la producción así proveerla.

Capítulo 3. LA PRODUCCION: FESTIVAL MASIVO

INTRODUCCIÓN

Es la culminación de una ardua labor de equipo que nace a partir de la empresa y que encuentra su nicho en el concepto, desarrollo y planeación de un equipo que sueña con ejecutar exitosamente el esfuerzo que lleva según la dimensión del evento entre dos meses a un año, es el resultado de las formas y métodos aplicados para el desenvolvimiento de la producción.

El evento como practica real y efectiva es ya una realidad, y es en este momento distinta a nuestra teoría básica pero se respalda completamente en ella y requiere del carácter, y temple sobrio y objetivo del productor para poder guiar a su equipo por el camino del éxito, es en este personaje que cae la responsabilidad práctica, financiera, legal y moral del espectáculo, será su dirección la que derive en éxito o fracaso operacional, más allá del resultado financiero el cual es una aspiración más que un hecho.

Ya la planeación nos hizo generar un mapa que hay que seguir, pero se tiene que estar listo para improvisar y responder a la conducta de la audiencia, para que de ser necesario, se hagan ajustes o cambios siempre pensando en el beneficio del espectáculo, la seguridad de la audiencia y cumplir el objetivo de la producción que es satisfacer con dignidad y espectacularidad el entretenimiento, y diversión que el individuo busca al adquirir pagando un costo un boleto para un evento cualquiera que este sea.

3.1.- MONTAJE TÉCNICO (AUDIO E ILUMINACIÓN)

Es nuestro paso número uno, ya como parte de la planeación hemos previsto la contratación de nuestros proveedores y servicios, y ya tenemos cubiertos estos aspectos ahora estamos ocupados con poner en tierra todos y cada uno de los aspectos necesarios.

Ya estamos plantados físicamente en el espacio físico donde se llevará a cabo el evento, y estamos 24 horas antes de dar inicio a el evento, lo primero que debe ingresar y que no sólo por lógica sino por orden cronológico son todos los equipos técnicos, lo describiré por pasos.

❖ PASO 1

En primer lugar las tarimas que formarán el escenario, que tendrá las dimensiones especificadas en la planeación y que será determinadas por las propias necesidades de espacio de los artistas que se presentarán en él, sin embargo, el caso que me ocupa en descripción de necesidades es un montaje para un evento masivo, las dimensiones ideales para un gran montaje serán como mínimo aceptable de 12 metros de frente (o a lo ancho, que es la boca del escenario), por 8 metros de fondo, con una altura de 2.50 metros.

Dentro de este espacio físico se deben colocar las sobre tarimas, éstas se utilizan para hacer sobresalir al fondo del escenario los instrumentos que por sus propias características estructurales “esconden” o bloquean la presencia física del ejecutante, el caso más frecuente es cuando se monta una batería que es el instrumento más común que se debe sobresalir, sin embargo hay otros instrumentos como los teclados, las percusiones o los metales que requieren esta estructura que debe ser solicitada con anterioridad por el equipo técnicos del artista para su fijación dentro de la plancha del escenario, estas estructuras sobresalientes tienen una medida estándar para batería de 1.20 metros por 1.50 metros con una altura de entre 40 y 50 centímetros, las otras tarimas tendrán sus medidas según las determinaciones técnicas de estructura de cada artista del elenco, para efectos de practicidad en eventos masivos se utilizan tarimas móviles donde se monta cada instrumento, pero estas entran y salen del escenario según la plantilla de escenario de cada artista, es por ello que nuestra plancha principal de escenario debe contar con dos áreas laterales de trabajo, una que se utiliza para el armado y desarmado de estructuras de instrumentación, y la segunda situada en el otro extremo que es el espacio que ocupará la consola de monitoreo que regula el sonido dentro del escenario, misma en la que se ubicarán los operadores de los equipos rentados al proveedor y los operadores de cada uno de los artistas, además funge como área de descanso para los staff técnicos de la operación y del artista mientras que estos ejecutan para que visualmente no estorben y no entorpezcan el desenvolvimiento escénico del artista.

Se instalan también las estructuras metálicas denominadas “ground support”, que convierten el escenario en un cubo, estas tienen una altura de entre 4 y 8 metros dependiendo de las características del espacio, pero en un espacio abierto el estándar es de 6 metros, de estas estructuras metálicas se colgará la iluminación y los telones.

[Referencia No.5]

❖ Paso2

Es momento de subir y colgar los equipos de audio, lo que permitirá nuestros alcances de sonido, para una producción masiva el mínimo aceptable son 12 sistemas por lado lineales, que son colgados a los lados izquierdo y derecho del frente del escenario contando con bocinas de sonidos graves, medios y agudos.

Se colocan las consolas de sonido, la que anteriormente se mencionó que es para monitores que regula el sonido interno del escenario y la que regula el sonido que el público escucha y que es la consola principal del sonido, se coloca de frente al escenario a 10 metros de distancia en una estructura con dimensiones de 2 metros por 2.5 metros con altura de 60 centímetros, esto permite la visibilidad de los operadores de sonido del proveedor y del artista sobresaliendo por encima del público dominando de manera más amplia y limpia lo que pasa sobre el escenario para así poder cubrir las necesidades de audio que surjan durante la prueba de sonido y durante el espectáculo mismo, se conectan las líneas que conectan los canales de la consola al sistema de amplificación.

PASO 3

Se cuelga sobre las estructuras del "ground support" toda la iluminación convencional, robótica y leds de escenario, así como las pantallas que tendrán su sitio según nuestro previo diseño de escenario.

Ingresa el back line, que son los equipos internos de amplificación personal (amplificadores de guitarras, de bajo) se montan baterías y todos los instrumentos de respaldo como percusiones y metales (trompeta, trombón, saxofón alto y tenor, oboe, etc.).

Se colocan las consolas de monitoreo y de iluminación, dimmers y todo accesorio que vaya a ser utilizado como máquinas de humo y pirotecnia y todo los micrófonos para instrumentos y voces.

Se instalan las plantas de energía que nutrirán el sistema eléctrico del que dependeremos durante el espectáculo y se aterriza la "tierra" física de la electricidad probando que llegue bien a todos los sistemas sin que haya altas o bajas de energía o electricidad física en micrófonos o instrumentos.

[Referencia: No 6, No 7, No 8, No 9 y No 10]

La energía eléctrica deberá ser TRIFÁSICA con NEUTRO Y TIERRA (física) y deberá ser provista por separado para los equipamientos de SONIDO e ILUMINACIÓN

Las fuentes de alimentación podrán ser GENERADORES ELECTRICOS y/o RED ELECTRICA. En cualquiera de los casos deberá existir la posibilidad de conmutar dichas fuentes.

Deberán estar ubicados próximos a el Escenario, contar con el cable necesario para dicha distancia (en sección y longitud), ser INSONORIZADOS, deberán contar con guardia permanente, abastecimiento de combustible, e instrumentos de medición en perfecto estado.

Nuestro montaje requiere los siguientes elementos básicos:

- Escenario.
- Iluminación.
- Plantilla de escenario.
- Vallado de Seguridad.
- Áreas de Hospitalidad (camerinos).

3.2.- MONTAJE DE PRODUCCIÓN

De inmediato al montaje de equipos técnicos se procede al montaje de soluciones de producción, la prioridad inmediata nos lleva a proteger todos los equipos con telones, techos, toldos y telones, que en caso de causas de la naturaleza se pudieran volar, mojar y por ellos estropearse.

Aunque es una corresponsabilidad entre la producción y el proveedor hacerse cargo de esta protección, por los propios costos millonarios que tienen estos equipos y la delicadeza de su manejo es prioritario su protección y manejo.

Una vez cubierta esta necesidad podemos entonces montar las otras áreas como los toldos de consola de sala y escenario en monitoreo, las vallas de seguridad (siempre la llamada "antimotines", que es la más pesada y difícil de mover aún en multitud).

Con esta misma valla se forma el "rompe olas", que cumple dos funciones fundamentales, rompe la presión que puede ejercer la multitud liberando presión, y va colocada justo al centro de el espacio que ocupará el público en el evento y conecta como canal directo la área de consola de audio con el escenario para poder transitar libremente todo el personal técnico que requiera hacerlo.

Se destinan en la parte posterior del escenario, las áreas de camerinos, sala de prensa, oficina de producción, sala de catering y bodegas.

Se da entrada para su fijación a los servicios sanitarios que cubrirán áreas de producción y espacios públicos de ser necesario, se hace el equipamiento de botes de basura e insumos de limpieza, se colocan dentro de cada camerino y oficina de producción servicios de aire acondicionado, luz eléctrica para iluminación y mobiliarios.

Todo este trabajo coordinado por un asistente general de producción que coordina justamente a personal de producción general, personal de limpieza, carpinteros y electricistas.

3.2.- SOUNDCHECK/ PRUEBA DE SONIDO

Para este momento ya han pasado al menos 12 horas desde que entramos a trabajar y estamos listos para hacer la prueba de sonido del artista o artistas participantes.

Estas pruebas se hacen con el fin de asegurar que cada uno de los elementos está en funcionamiento para su óptimo desarrollo.

En primer lugar se hace una prueba general verificando la funcionalidad, una vez garantizadas las circunstancias se puede proceder a las pruebas por artista, estas se designan por orden jerárquico en primer lugar y alternativamente por necesidades técnicas.

En un evento teóricamente presentamos ocho artistas, por ejemplo, quien debe probar sonido en primer lugar es el artista que cerrara el espectáculo, dejando así determinadas todas las condiciones para el resto de los participantes, se respetara íntegramente su curva de sonido y su montaje escénico, y planta de escenario.

El segundo espacio que se abre es para el artista que abre el espectáculo, esto con el fin de que a la hora del inicio ya con público, se tenga todo listo para dar inicio de inmediato.

Sólo en casos excepcionales que en los artistas del medio haya una plantilla de escenario que tenga un instrumento diferente a todos los demás o una particularidad excepcional es que se puede considerar abrir un espacio intermedio entre las dos pruebas previstas.

Para el resto del elenco se prueba exclusivamente que los canales de escenario lleguen a la consola de audio.

Una vez terminadas todas las pruebas de sonido, se puede probar iluminación, se hace la programación de efectos y se verifica que todos los elementos de iluminación cuenten con el voltaje requerido.

Este proceso de pruebas de audio e iluminación nos lleva un tiempo aproximado de 4 horas como mínimo para checar tres artistas.

3.4.-OPERATIVO DE SEGURIDAD Y PARAMÉDICOS

Se considerará como festival masivo a todo aquel espectáculo que rebase el aforo de cinco mil personas, las opiniones al respecto de esto se dividen y varían, pero lo que es un hecho es que el manejo de asistencia que oscile entre este número y más requiere de un estricto operativo y control en términos de seguridad.

Es obligatorio e imprescindible de parte de la organización del evento implementar un plan de seguridad general y contratar al personal capacitado para dicho efecto.

Se debe contratar según el estimado de asistencia que se espera, este parámetro nos lo da nuestra propia planeación o más directamente la venta de boletos de preventa que como regla general, aunque con sus excepciones significan el 25% de la asistencia total del evento, en la inteligencia de esto dispondremos de 1 elemento de seguridad por cada cincuenta asistentes, así entonces para un evento de capacidad intermedia de diez mil personas, la operación básica nos arroja que debemos contar con doscientos elementos de protección y resguardo, que se encontrarán ubicados estratégicamente en puntos de:

Entrada

- Organización externa (out door) y orden para el ingreso al recinto.
- Punto de control de boletos y verificación de los mismos.
- Retiro de contra de boleto. Un boleto esta dividido por un corte o suaje, una parte es retirada para control que es lo que se llama "contra" y el boleto como tal es conservado como comprobante de compra y hasta de souvenir del evento)
- Cateo y restricción de artículos no autorizados (la obiedad de armas, drogas y elementos que signifiquen un riesgo patente).
- Direccionamiento de la ruta de acceso.

Dentro del recinto

- Controlando rutas de acceso y evacuación.
- Delimitando áreas públicas de las restringidas.
- Vigilando el desarrollo dentro del rompe olas.
- Haciendo valla humana permanente, ubicándose entre el escenario y la valla metálica que separa al público. Dentro del público.
- Ordenando conductas de riesgo.

Back Stage

- Resguardando áreas restringidas (back stage, camerinos, espacios para medios, oficinas y bodegas, taquillas, lounges, acceso a estacionamiento de producción y talento haciendo revisión de tarjetones de acceso a dichas áreas, etc.)

- Protegiendo espacios de trabajo técnico (escenario, alas de trabajo, house de monitoreo y house de sonido, escaleras de servicio).
- Identificando personal técnico y de producción autorizados, y regulando los espacios de tránsito según indique el gafete del personal.
- Escoltando al personal que por características particulares lo requiriera.

Fuera del recinto

Aquí es trabajo que ocupa a protección civil y policía de tránsito, este personal es cuantificado por las propias autoridades locales que se rigen por autoridades estatales y que pueden variar de una entidad a otra.

A diferencia de la seguridad privada este personal está facultado para detener si es preciso a una persona, trasladarla y remitirla de inmediato ante las autoridades pertinentes para que sea infraccionados conforme a la ley según la causa que haya generado la detención.

Las unidades de apoyo como lo son patrullas y otros vehículos oficiales los determina también ésta misma autoridad.

Independientemente de esto y para que exista la aceptación por parte de la policía de tránsito y de protección civil previamente durante la planeación se presenta un informe de la actividad, se notifica por escrito a la cruz roja y a los bomberos para que éstas instancias firmen de acuse dándose por enteradas del evento y emitiendo un oficio que explique y puntualice la cantidad de elementos y vehículos que dispondrá para la protección del espectáculo.

Pocas veces es necesaria la presencia de unidades de bomberos, sin embargo es obligatoria la presencia de ambulancias, una estación de servicios médicos de emergencia y paramédicos para atenciones inmediatas.

Todos estos permisos tienen un costo y generan una cuota estatal que debe ser cubierta por la producción del evento para satisfacción, seguridad y tranquilidad de las autoridades.

3.5.- COMUNICACIÓN INTERNA Y PERSONAL DE PRODUCCIÓN

El centro operativo de la producción y su personal se concentra en la oficina u oficinas de producción que están dentro del recinto donde se efectúa el evento.

Este espacio operativo debe estar provisto de mobiliario suficiente y práctico para la cantidad de personas que estarán de manera fija y las que estarán de manera flotante en el espacio, energía eléctrica para iluminación de los espacios y tomas de energía para conectar equipos de comunicación y computadoras portátiles.

Toda persona acreditada como personal de trabajo debe reportarse puntual a la oficina de producción portando su identificación y firmando su hora de entrada, en caso de coordinadores y/o responsables de área será provista con un radio de comunicación en una frecuencia.

El encargado de comunicaciones que es personal que estará permanente dentro de la oficina provisional designará la cantidad de frecuencias que asignará (por ejemplo, una frecuencia para seguridad, otra para staff técnico, otra para limpieza y servicios generales, protección civil, etc.) y tendrá total y absoluto control de todas ellas, pero de igual forma es responsable de la óptima comunicación entre las diferentes coordinaciones.

Existe también una comunicación del interior del evento hacia el exterior, vía telefónica y redes de internet, estas instalaciones serán montadas previamente por el personal de servicios generales.

3.6.- TRANSPORTACIÓN, CAMERINOS Y CATERING

Como parte de la operatividad del evento, estos significantes elementos dan continuidad indispensable para el buen desempeño de los horarios.

En primer lugar se hace la logística de transportación con horarios puntuales de arribos de aristas extranjeros y aeropuertos, prever la transportación del personal y la de carga, entradas y registro en hospedaje, y entrega de viáticos.

Se debe coordinar íntimamente lo que pasa en el lugar del evento para poder hacer los llamados de todos los participantes, las salidas a pruebas de sonido y regreso, salida para *show time* ⁽¹⁰⁾ y regresos a donde se designe este regreso, los regresos de hospedaje a aeropuertos y hacer que se llegue a tiempo a todo.

10.-Show time.- Horario en que se da inicio al espectáculo que se va a presentar y el período íntegro de duración del mismo. Fuente Norma Gasca

Los llamados para pruebas y show time se dan para que el artista llegue al menos una hora antes de que deba hacer su actuación, este es el rango mínimo aceptable.

Se debe hacer la consideración de la cantidad de personas a transportar y en caso de equipos personales la cantidad en peso y las dimensiones de tamaño para seleccionar la transportación adecuada, así también el llamado para el personal de carga y descarga que asistirán para agilizar los movimientos.

Ya cuando hicimos nuestro montaje de producción se destinaron y colocaron los espacios para camerinos, este espacio será el recinto privado de un artista, deben ser espaciosos y altos de techo, ventilados o acondicionados con sistema de clima artificial, deben contar con mobiliario suficiente para que se encuentren sentadas en sillas y sillones la totalidad de las personas que estarán ahí más sus invitados personales, mesa para alimentos y bebidas, y una amplia mesa de trabajo, estarán iluminados eléctricamente y contar con tomas de energía, estarán siempre resguardados por elementos de seguridad por control de acceso y por cuidado de artículos personales.

Es obligación de la producción de surtir de alimentos y bebidas este camerino con cantidades suficientes para el personal que soliciten previamente por escrito. Se deben colocar refrigeradores o hieleras con capacidad suficiente para mantener a la temperatura solicitada las bebidas, se dispone en las mesas de alimentos microondas y cafeteras.

3.5.- HORARIOS SE SHOW Y CAMBIOS DE SET

En el argot del medio se llama comúnmente *line up* al orden en que aparecerán en escena los participantes, esto implica no sólo la continuidad si la seguridad y desarrollo del evento, el orden de aparición es jerárquico, es decir abre la función el artista más joven y de menor convocatoria que está dando a conocer su arte y cierre el show el que en términos de convocatoria sea el más poderoso o el más popular, puede existir en el cuerpo del desarrollo del evento algunos ajustes que no obedezcan a ninguno de los factores antes mencionados y que sustenten su momento de aparición dentro del line up, más por causas técnicas y de montaje, y acomodo dentro del escenario, por esto es tan importante la recepción de la plantilla de escenario para conocer las diferencias entre un grupo y otro.

10.-Show time.- Horario en que se da inicio al espectáculo que se va a presentar y el periodo integro de duración del mismo. Fuente Norma Gasca

11.-Line up.- Modismo utilizado para referencia el orden de aparición en escenario de cada uno de los artistas que se presentarán en un mismo escenario. Fuente: Norma Gasca

3.6.- ALIMENTOS Y BEBIDAS

Existen dos áreas a cubrir

- Servicio al público
- Servicio interno (staff y elenco)

SERVICIO AL PÚBLICO

Debe prevenirse la venta de alimentos y bebidas, más allá del negocio que significa este rubro por una cuestión de manejo de la audiencia dentro del recinto, el público estará por horas dentro del espacio del evento motivo por el cual se deberá satisfacer y poner a la mano la necesidad que hay de alimentación e hidratación

Por cuestiones prácticas se pondrá a la venta alimentos que pueden ser diversos, siempre de formato "comida rápida", para su manejabilidad y distribución.

Respecto a las bebidas es menester asegurarse de que sean servidas en vasos plásticos o de cartón por cuestiones de seguridad, nunca deberán servirse en envases plásticos, de aluminio o de vidrio, ya que estos formatos son susceptibles de convertirse en proyectiles útiles de alta peligrosidad para la gente que se presenta arriba del escenario y para la audiencia misma.

SERVICIO INTERNO

La compra especializada de todos los productos que serán para el consumo en camerinos son comprados en una sola exhibición con el fin de administrar los recursos y la responsabilidad de las compras, así como de su distribución y administración recae en una persona que estará enteramente al tanto durante las actividades de mantenerlo surtido y funcionando si que en este proceso se haga despilfarro de los insumos.

Se dividen las distintas solicitudes que envían previamente cada uno de los artistas participantes, esto está contenido dentro del rider de hospitalidad, ahí se indica cada una de las necesidades de alimentación y bebidas, así como cuestiones de accesibilidad y necesidades especiales.

En cuanto a bebidas siempre hay que contar con básicos de agua embotellada no de mayor tamaño que de un litro por manejabilidad dentro del escenario, refrescos individuales nunca de botellas grandes, cervezas solo latas o de tamaño regular y bebidas blancas y espirituosas, vinos y licores, sólo se surten por solicitud.

Respecto a los alimentos, éste se debe de dividir, para su mejor manejo en vegetariana del resto, si es que hay necesidad de incluir menús de este tipo, y alimentos que puedan causar alergia nunca se sirven para evitar contratiempos y casos de emergencia, tampoco se sirve comida picante por cuestiones preventivas y en algunos casos se sirve alimentos según el origen del elenco para prevenir incómodas situaciones emergentes.

La bodega de resguardo y distribución del catering debe ser un espacio amplio, ventilado con equipos de refrigeración y de mantenimiento de alimentos perecederos, además de hielos potables para consumo humano y hieleras de tamaño industrial para mantener comestible todos los productos.

3.7.- INICIO DEL EVENTO

Un evento tiene en su publicidad una hora marcada, en un evento masivo respecto a la hora anunciado se debe dar acceso al menos dos horas antes para hacerlo con orden y tranquilidad para así evitar contratiempos y tumultos, respecto a la hora anunciada públicamente el espectáculo debe dar inicio a más tardar una hora después de esa hora.

Para tomar la decisión de abrir puertas deben estar en funcionamiento todos y cada uno de los elementos que ya se han abordado, técnicamente todo apto y logísticamente todo funcional.

Todo el personal debe estar presente y en sus sitio de trabajo, para dar inicio hay que tener al menos el artista de apertura de las actividades y los dos performances siguientes listos para arrancar para poder dar continuidad al espectáculo, no sólo por cuestiones artísticas si no de seguridad, los cambios técnicos entre un artista y otro en cuanto al armado de los instrumentos que deben estar previamente dispuestos en las tarimas móviles, estos cambios no deben exceder los quince minutos como rango máximo.

Cualquier exceso en los cambios de set pueden derivar en que se distienda la conducta del público, en estos casos se sonoriza con música adecuada al tipo de espectáculo presentado, estos espacios pueden ser también protegidos con la presencia de patrocinadores vía promociones o muestreo con edecanes, por medio de un conductor o de un animador, si es preciso y el clima lo requiere se hacen acciones hidratantes por

medio de pipas de agua rociando al público vía aérea que también asiste a la dispersión de las masas, abriendo los grupos y ampliando el espacio entre las personas.

La decisión recae en el productor general del evento, sin embargo necesita la autorización de las autoridades de protección civil y policía de tránsito, ambulancias y paramédicos, y el visto bueno de las diferentes coordinaciones de área, estando todos de acuerdo se da el banderazo de arranque.

3.8.- EJECUCIÓN DEL EVENTO Y DESARROLLO GENERAL

Ya cuando se está a esta altura de avance las cosas deben de fluir naturalmente bajo la coordinación de las distintas áreas y sin contratiempo.

Tenemos público dentro del local, todos los equipos en funcionamiento y elenco para dar inicio, el visto bueno de la autoridades y el equipo de producción, la puntualidad y eficiencia serán los que dicten el desarrollo del evento y el profesionalismo y desempeño escénico de cada uno de los participantes serán ya los protagonistas de la situación.

Se colocan relojes sincronizados en escenario, consola de audio y la oficina de producción para dominar los tiempos y no incurrir en retrasos inconvenientes y peligrosos en el manejo de la audiencia.

La comunicación será fundamental para que el engranaje funcione, el nivel de compromiso de cada uno de los integrantes del staff llevan a buen puerto toda producción, la inteligencia en el manejo de los ritmos y géneros participantes del evento juegan con las emociones y trabajan con la energía física, se planea el line up en función de esto intercalando el elenco de tal forma que se mantenga el público entusiasmado.

Un evento se divide en tres momentos:

- Opening/ ingreso del público.
- Show time/ inicio de show.
- ❖ Apertura.- Se da acceso al público y se hace el ordenado ingreso de los asistentes
- ❖ Cresta.- Este momento se genera cuando la mayor parte del público asistente se encuentra dentro del recinto, y el ambiente ha aumentado en ánimo y expectación es el punto más alto del evento hasta el cierre del espectáculo que va de menos a más.

- ❖ Descanso.- Por razones de seguridad entre la Cresta y el Cierre del Show, se agrega un momento en que por programación se elige una presentación o artista que modera o disminuye la exaltación de los asistentes, esto puede hacerlo un mismo artista haciendo un cambio de ambiente por medio de la lista de temas y manejo de la audiencia.
 - Cierre de show time/inicio al desalojo del recinto.- Una vez terminado el show (ya sea de presentaciones de diferentes artistas o de un solo interprete, como previsión de desalojo y como agradecimiento al público cada lista de temas cuenta con un *encore o bis* (12), que son dos o tres temas finales con los que se cierra por completo el espectáculo y así dar inicio al desalojo del recinto

Con todas las previsiones antes descritas deberá desenvolverse ágil y ordenadamente todo el evento.

3.9.- RESOLUCION DE IMPREVISTOS Y PLANES DE CONTINGENCIA

Ninguna producción de concierto esta exenta de causas de fuerza mayor, que pueden afectar su desarrollo e incluso hasta su ejecución.

Las causas pueden ser diversas, pero por su frecuencia y previsión están divididas en:

- Causas de la naturaleza.

Se refiere a lluvia, huracanes, tornados, terremotos, todas ellas ajenas a la producción y de imposible manejo y previsión.

- Enfermedad o accidente.

Esta es otra causa ajena a toda previsión, el accidente o enfermedad pueden ser notificados previamente a la producción del evento si es que esta sucede con una antelación mínima de 76 horas antes del día del show, pero puede darse el caso de darse sobre la recta de desarrollo, esta situación en ambos panoramas deriva en cancelación de la presentación.

12.- *Encore o Bis.*- término usado para agregar o continuar, derivado del francés, significa: todavía. Fuente.- Diccionario Francés-Español yahoo

Estas pueden impedir los viajes, montajes e incluso las ejecuciones públicas.

- Inseguridad o violencia.

Motivo de esto es que las autoridades son tan estrictas en los planes de seguridad y la planeación del evento para autorizar un permiso de espectáculo público, éstos acontecimientos se dan frecuentemente antes ò durante el evento, las soluciones pueden ser varias pero todas implican consecuencias graves que pueden llevar a enfrentamiento, desmanes, ingreso de policía anti motines dentro del recinto, detenciones, heridos, si fuera el caso de que sale del control de la seguridad privada se deriva la situaciones al control de la fuerza publica.

- Fallas en la energía eléctrica.

Es otro punto previsible, sin embargo una súbita interrupción de la energía eléctrica puede ser motivo de alta alarma y de resolución inmediata para la continuidad del espectáculo, usualmente la forma de prevenir una contingencia de este tipo es tener respaldo de fuente de energía, es un doble gasto en este rubro, pero garantiza la no interrupción del espectáculo.

- Inadecuadas condiciones generales.

Desorden, alteración del orden, malas condiciones técnicas o de planeación pueden ser motivo de alarma.

Todas las causas antes mencionadas pueden ser motivo de cancelación del espectáculo o de interrupción del mismo, cuando el evento está en desarrollo ya no existe la posibilidad de la devolución de importes pagados por boletos, cuando la situación genera previa cancelación que deriva en la no realización del espectáculo por cualquier motivo, la empresa productora tiene la obligación de reprogramar la fecha y mantener el costo, elenco y condiciones del evento si esta se diera por causas comprobables, si no fuera este el caso la empresa está obligada a hacer el reembolso de la totalidad del importe de la entrada, en ambos casos el público decide si quiere reposición de dinero o de boleto y sólo la voluntad del cliente será respetada.

3.10.- FINANZAS GENERALES, RECUENTO DE CIERRE Y LIQUIDACIONES

Estamos ante la conclusión del proceso, los resultados financieros determinan el éxito o fracaso para continuidad del espectáculo presentado.

Es momento de hacer la liquidación final de los resultados, aunque éstos hayan sido pagados con anterioridad (ya que todo elenco artístico no actúa de no estar liquidado con antelación), los pagos han sido efectuados antes o durante el desarrollo del evento, pero aún que éstos hayan sido hechos al balance final se hace la planilla de liquidaciones que especifica los pagos y retenciones que por concepto de impuestos y sindicatos se hayan generado.

Los impuestos que paga un evento son directamente proporcionales a la facturación total del mismo, basados en un porcentaje y son de carácter obligatorio, estas liquidaciones se hacen en presencia de los observadores que cada una de las recaudadoras envía a verificar el evento.

- Espectáculos públicos/tesorería 15% (este puede variar según la entidad federativa).
- Sociedad de Autores y Compositores/ SACM 6%.
- Sindicato de Músicos 4%.

Pagados ya los impuestos se procede a hacer los balances generales de gastos y pagos a proveedores y servicios y se genera el audit de la venta de boletos, aquí una planilla básica de reporte de ventas y de liquidación final.

[Referencia No 10, No 11 y No 12]

CONCLUSIONES

La ardua labor de equipo, la tenacidad y constancia del equipo de trabajo son la estructura que sostiene toda producción, el productor es el cerebro orientador de los talentos y esfuerzos de los participantes.

El proceso de ejecución siempre tendrá imprevistos y se debe estar listo para que con claridad se pueda dirigir el evento por el camino del éxito y la practicidad, sin embargo no es si no la experiencia y el proceso de ensayo-error lo que brinda los elementos para sustentar la toma de decisiones.

No existe un camino escrito que nos indique el rumbo a tomar, se trabaja con la emoción de la audiencia y es este factor impredecible el que define las acciones y rumbos a seguir.

Hay siempre por delante un gran camino que recorrer que desea ser recorrido y sólo la constancia profesionaliza el oficio del productor, la esperanza de continuar es el alimento y el éxito la motivación para seguir produciendo más, y más ambiciosos proyectos que movilicen a las audiencias.

No hay nunca garantía de éxito ni de ganancias financieras, pero el trabajo se debe hacer con el mismo ahínco y entusiasmo, no hay lugar para débiles ni indecisos, siempre existirá la necesidad del público de estar cerca de sus generadores de emociones, siempre habrá identificación recíproca que mantendrá el lazo inextinguible entre los que quieren comunicar y los que reciben, siempre estará patente el premio al artista que es la asistencia a sus presentaciones de parte de la audiencia, y es ese el nicho que el productor explota.

El fin de ésta labor es entretener y divertir a los asistentes, exaltar las emociones y potencializar sus sentimientos, la obligación del productor es hacer esa necesidad realidad de manera digna, consistente y espectacular, generar un momento único que deje huella en la memoria de los que estén en ese lugar presentes.

CONCLUSION FINAL

Una pequeña empresa orientada de la manera correcta, independientemente del rubro y en este caso dedicada a la producción y a los servicios generales para espectáculos son sólo producto del talento, y perseverancia de un joven equipo de entusiastas comprometidos y deseosos de una carrera profesional en la vida.

La posibilidad de hacer y demostrar poder hacerlo ha sido en mi experiencia la forma en que he podido abrir puerta en otros tiempos negadas para personas como yo, mujer en primer lugar en un mundo de hombres y sin dinero para respaldar los proyectos.

La empresa que inicio para hacer ventas de servicios profesionales dio pie a una amplia gama de productos y servicios, especializándome en un rubro que por su naturaleza a título personal me pareció el más completo, pero también más complejo y poderoso: la producción de conciertos.

La posibilidad de estar constantemente en movimiento, creando, desarrollando y ejecutando mantiene plena actividad permanente y motivándome a dar más.

Esta es una pequeñísima guía orientadora, más no dictaminadora de los pasos a seguir para llevar a buen puerto una producción, mi especialidad es en el medio musical, pero este esquema básico es funcional para la operación de cualquier show, esta guía que presento transparenta el proceso de planeación y ejecución de un espectáculo cualquiera que fuese su tipo.

El proceso es minucioso y debe ser preciso para conseguir nuestro objetivo, y he querido acercar al lector a la experiencia creativa de un proyecto que culmina en la realización del evento.

A partir de la empresa generadora de las ideas este trabajo entrega a sus practicantes y profesionales la oportunidad de hacer de cada evento, de cada experiencia una nueva empresa única y renovable, que puede alimentar de por vida el ejercicio profesional de una persona a la que el mundo laboral le entregó limitadas opciones de desarrollo cuando nobel e inexperta quise formar parte de la fuerza laboral de nuestro país y al no encontrar una oportunidad que satisficiera mis expectativas y deseos la opción fue hacer mis opciones y hoy día sé que no me equivoqué.

Este desarrollo del proceso de producción de un concierto es el ideal de planeación y ejecución, sin embargo no siempre es así, muchas veces no existen ni los tiempos, ni los recursos financieros y humanos necesarios para llevarlo a cabo, pero la estructuración, planeación y manejo de situaciones que es función y trabajo del productor que es mi cargo y oficio, permite con experiencia suplir ausencias, reducir recursos y aun así obtener resultados óptimos.

La carrera de Ciencias de la Comunicación, considero es una base teórica, que nos brinda los conocimientos generales para enfrentar las diversas áreas que el profesional de la carrera elija como oficio final, pero es tan amplia la gama, que es muy fácil distraerse y perder enfoque y así sentir que no aprendimos una especialización de nada y esto es en cierto sentido más que cierto, sin embargo es responsabilidad de cada estudiante, de cada aspirante a profesional crear su propio rumbo y hacer los esfuerzos que sea necesarios

La UNAM, me proporciono los elementos teóricos, el respaldo de conocimiento, el espíritu de cooperación, la semilla de la cooperación y del trabajo en equipo, la disciplina de ser a pesar de los obstáculos tenaz y ambicioso, me generó la necesidad de la auto gestión y todo lo que hoy día como profesional soy, me hizo un ser humano integro y un profesional de carácter que día a día lucha por crecer y mejorar.

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Capítulo 2.- PLANEACIÓN

2.7.- Equipos Técnicos

Referencia No 1/ Rider Convencional (Con monitores de piso)

RIDER TECNICO

"SALA"

Consola de 32 canales mono, 4 estereo, 6 auxiliares y VCA como mínimo

Digitales: YAMAHA M7CL, PM-5D

Analogas: YAMAHA PM-4000, Soundcraf Serie FIVE, Allen&Heat ML5000 o similar

LA OPCION DE CONSOLAS DIGITALES SIEMPRE SE CONSIDERARA COMO PRIMERA OPCION

"DRIVE RACK"

1 Ecuador estereo de 1/3 de octava KLARK TECHNICS DN360

"INSERT RACK"

7 Canales de compresion DRAWMER, BSS o DBX

6 Canales de gate DRAWMER, BSS o DBX

"EFX RACK"

1 TC Electronics M2000

3 YAMAHA SPX990

"AUDIO"

DEBERÁ SER PROPORCIONADO EN ESTÉREO, BAJA DISTORSIÓN ARMÓNICA, CAPAZ DE ENTREGAR 115 dB EN LA POSICIÓN DE LA CONSOLA NO MAYOR A 30 METROS. **NÚMERO DE CAJAS DE ACUERDO AL LUGAR Y CAPACIDAD DE ESTE, COLGADO DONDE SEA POSIBLE.**

MODELOS SUGERIDOS:

NEXO GEO T + SUB CD18

L' ACOUSTIC: V-DOSC + SUBS SB 218

MEYER SOUND: M3D + SUBS M3D SUB, MILO + SUB 700HP

ELECTRO VOICE: XLC 127 + SUB XLC 118

SOLO SE ACEPTAN MODELOS ORIGINALES

"MONITOREO"

Consola de 32 canales a 10 mezclas y VCA como minimo en sistema insert

Digitales: YAMAHA M7CL, PM-5D
 Analógicas: YAMAHA PM-4000, Soundcraf Serie FIVE, Allen&Heat ML5000 o similar
LA OPCION DE CONSOLAS DIGITALES SIEMPRE SE CONSIDERARA COMO PRIMERA OPCION

"DRIVE RACK"

3 Ecuallizadores estéreo de 1/3 de octava KLARK TECHNICS DN360 o YAMAHA Q2031

"INSERT RACK"

7 Canales de compresión DRAWMER, BSS o DBX
 6 Canales de gate DRAWMER, KLARK TECHNICS o BSS

"EFX RACK"

2 Yamaha SPX900

"MONITORES"

9 Monitores de piso Meyer Sound UM-100P, USM-100P. (todos de la misma marca y modelo)
 2 Meyer Sound UPA-1P y 1 USW-1P para Drum Fill (3 vías)
 4 Meyer Sound MSL-4 (2 por lado) y 2 Meyer Sound 650P (1 por lado) para Side Fill

INPUT LIST

CANAL	DESTINO	MICROFONO	BASE	INSERT SALA	INSERT MON.
1	BOMBO 1	SHURE B52	MINI BOOM	COMP / GATE	COMP / GATE
2	BOMBO 2	SHURE B91		COMP / GATE	COMP / GATE
3	TAROLA ARRIBA	SHURE SM57	CLAMP	GATE	GATE
4	TAROLA ABAJO	SHURE B57A	CLAMP		
5	HI HAT	SHURE SM81	RECTA		
6	TOM 1	SHURE B98D/S	CLAMP	GATE	GATE
7	TOM 2	SHURE B98D/S	CLAMP	GATE	GATE
8	TOM 3	SHURE B98D/S	CLAMP	GATE	GATE
9	TOM 4	SHURE B98D/S	CLAMP	GATE	GATE
10	OVER HEAD IZQ.	SHURE SM81	BOOM		
11	OVER HEAD DER.	SHURE SM81	BOOM		
12	BAJO MICRO	SHURE BETA52	BOOM	COMPRESOR	COMPRESOR
13	BAJO LINEA	CAJA DIRECTA		COMPRESOR	COMPRESOR
14	GUIARRA 1 L	SHURE SM57	BOOM		
15	GUIARRA 1 R	SHURE SM57	BOOM		
16	GUIARRA 2 L	SHURE SM57	BOOM		
17	GUIARRA 2 R	SHURE SM57	BOOM		

18	VOZ BAJO	SHURE BETA58	BOOM	COMPRESOR	COMPRESOR
19	VOZ PRINCIPAL	SHURE BETA58	BOOM	COMPRESOR	COMPRESOR
20	SPARE	SHURE BETA58	BOOM	COMPRESOR	COMPRESOR
21	SECUENCIA 1	CAJA DIRECTA			
22	SECUENCIA 2	CAJA DIRECTA			
23	SECUENCIA 3	CAJA DIRECTA			
24	SECUENCIA 4	CAJA DIRECTA			
25	SECUENCIA 5	CAJA DIRECTA			
26	SECUENCIA 6	CAJA DIRECTA			
27	SECUENCIA 7	CAJA DIRECTA			
28	CLICK	CAJA DIRECTA			
29	REV VOZ	TC M-2000			
30	EFX	SPX-990			
31	REV COROS	SPX-990			
32	REV BATERIA	SPX-990			

MONITOR MIX LIST

MEZCLA	DESTINO	MONITORES
1	GUITARRA CENTRO	Meyer UM-100P x 3
2	. GUITARRA IZQ	Meyer UM-100P x 2
3	BAJO	Meyer UM-100P x 2
4	BATERIA	Meyer UPA1-P x 2 / USW-1P
5	SIDE FILL IZQ.	Meyer MSL-4 x 2 / 650P x 1
6	SIDE FILL DER.	Meyer MSL-4 x 2 / 650P x 1
7	REV VOZ	SPX-900
8	REV DRUMS	SPX-900
CUE	CUE	Meyer UM-100P x 2

REFERENCIA 2.- RIDER CON IN EAR (MONITOREO CON SISTEMA PERSONAL Y AURICULARES)

Fuente.-Rock Show Entertainment

AUDIO

"SALA"

Consola de 32 canales mono, 4 estereo, 6 auxiliares y VCA como mínimo

Digitales: YAMAHA M7CL, PM-5D

Analogas: YAMAHA PM-4000, Soundcraf Serie FIVE, Allen&Heat ML5000 o similar

LA OPCION DE CONSOLAS DIGITALES SIEMPRE SE CONSIDERARA COMO PRIMERA OPCION

"DRIVE RACK"

1 Ecuilizador estéreo de 1/3 de octava KLARK TECHNICS DN360

"INSERT RACK"

7 Canales de compresion DRAWMER, BSS o DBX

6 Canales de gate DRAWMER,BSS o DBX

"EFX RACK"

1 TC Electronics M2000

3 YAMAHA SPX990

"AUDIO"

DEBERÁ SER PROPORCIONADO EN ESTÉREO, BAJA DISTORSIÓN ARMÓNICA, CAPÁZ DE ENTREGAR 115 dB EN LA POSICIÓN DE LA CONSOLA NO MAYOR A 30 METROS. **NÚMERO DE CAJAS DE ACUERDO AL LUGAR Y CAPACIDAD DE ESTE, COLGADO DONDE SEA POSIBLE.**

MODELOS SUGERIDOS:

NEXO GEO T + SUB CD18

L' ACOUSTIC: V-DOSC + SUBS SB 218

MEYER SOUND: M3D + SUBS M3D SUB, MILO + SUB 700HP

ELECTRO VOICE: XLC 127 + SUB XLC 118

SOLO SE ACEPTAN MODELOS ORIGINALES

"MONITOREO"

Consola de 32 canales a 16 mezclas y VCA como minimo en sistema insert

Digitales: YAMAHA M7CL, PM-5D

Analogas: YAMAHA PM-4000, Soundcraf Serie FIVE, Allen&Heat ML5000 o similar

LA OPCION DE CONSOLAS DIGITALES SIEMPRE SE CONSIDERARA COMO PRIMERA OPCION

"DRIVE RACK"

1 Ecuilizadores estéreo de 1/3 de octava KLARK TECHNICS DN360 o YAMAHA Q2031

"INSERT RACK"

7 Canales de compresión DRAWMER, BSS o DBX
6 Canales de gate DRAWMER, KLARK TECHNICS o BSS

"EFX RACK"

2 Yamaha SPX900

"MONITORES"

5 Sistemas inalámbricos de monitoreo personal Shure PSM-700 con audifonos E-5
2 Monitores de piso Meyer Sound UM-100P, USM-100P. (todos de la misma marca y modelo)
1 Meyer Sound USW-1P para Drum Fill (Subwoofer)
4 Meyer Sound MSL-4 (2 por lado) y 2 Meyer Sound 650P (1 por lado) para Side Fill

INPUT LIST

CANAL	DESTINO	MICROFONO	BASE	INSERT SALA	INSERT MON.
1	BOMBO 1	SHURE B52	MINI BOOM	COMP / GATE	COMP / GATE
2	BOMBO 2	SHURE B91		COMP / GATE	COMP / GATE
3	TAROLA ARRIBA	SHURE SM57	CLAMP	GATE	GATE
4	TAROLA ABAJO	SHURE B57A	CLAMP		
5	HI HAT	SHURE SM81	RECTA		
6	TOM 1	SHURE B98D/S	CLAMP	GATE	GATE
7	TOM 2	SHURE B98D/S	CLAMP	GATE	GATE
8	TOM 3	SHURE B98D/S	CLAMP	GATE	GATE
9	TOM 4	SHURE B98D/S	CLAMP	GATE	GATE
10	OVER HEAD IZQ.	SHURE SM81	BOOM		
11	OVER HEAD DER.	SHURE SM81	BOOM		
12	BAJO MICRO	SHURE BETA52	BOOM	COMPRESOR	COMPRESOR
13	BAJO LINEA	CAJA DIRECTA		COMPRESOR	COMPRESOR
14	GUIARRA 1 L	SHURE SM57	BOOM		
15	GUIARRA 1 R	SHURE SM57	BOOM		

16	GUIARRA 2 L	SHURE SM57	BOOM		
17	GUIARRA 2 R	SHURE SM57	BOOM		
18	VOZ BAJO	SHURE BETA58	BOOM	COMPRESOR	COMPRESOR
19	VOZ PRINCIPAL	SHURE BETA58	BOOM	COMPRESOR	COMPRESOR
20	SPARE	SHURE BETA58	BOOM	COMPRESOR	COMPRESOR
21	SECUENCIA 1	CAJA DIRECTA			
22	SECUENCIA 2	CAJA DIRECTA			
23	SECUENCIA 3	CAJA DIRECTA			
24	SECUENCIA 4	CAJA DIRECTA			
25	SECUENCIA 5	CAJA DIRECTA			
26	SECUENCIA 6	CAJA DIRECTA			
27	SECUENCIA 7	CAJA DIRECTA			
28	CLICK	CAJA DIRECTA			
29	PUBLICO IZO.	SHURE SM81	BOOM		
30	PUBLICO DER.	SHURE SM81	BOOM		
St 1	REV VOZ	TC M-2000			
St 2	EFX	SPX-990			
St 3	REV COROS	SPX-990			
St 4	REV BATERIA	SPX-990			

MONITOR MIX LIST

MEZCLA	DESTINO	MONITORES
1 / 2	GUIARRA CENTRO	PSM-700 Estereo
3 / 4	. GUIARRA IZO	PSM-700 Estereo
5 / 6	BAJO	PSM-700 Estereo

7 / 8	BATERIA	PSM-700 Estereo
9	SUB BATERIA	Meyer USW-1P
10	SIDE FILL IZQ.	Meyer MSL-4 x 2 / 650P x 1
11	SIDE FILL DER.	Meyer MSL-4 x 2 / 650P x 1
12	REV VOZ	SPX-900
13	REV DRUMS	SPX-900
CUE A	CUE	Meyer UM-100P x 2
CUE B	CUE	PSM-700 Estereo

EQUIPO DE SONIDO, EN SU TOTALIDAD, DEBE ESTAR CONECTADO A TIERRA Y TODOS SUS COMPONENTES ELECTRICOS NORMALIZADOS.

Sistema de PA

El sistema de sala debe ser de 4 vías, del tipo **LINE ARRAY**, capaz de proveer 120dB de presión sonora en forma pareja por toda la sala.

De ser necesario montar gabinetes de barrido cercano (**near fill**) para las primeras filas, y sistemas demorados (**delay tower**) para las localidades a más de 50 metros del sistema de P.A. principal.

No podemos trabajar con gabinetes de bajos ni de sub-bajos apoyados sobre el mismo escenario-tarima que están los músicos. Todo el sistema debe estar suspendido con adecuado sistema de rigging.

Los gabinetes de sub-bajos no deben ubicarse tampoco por debajo del escenario-tarima. Deben estar a los lados y por fuera del escenario-tarima.

CAPITULO 2

2.10.- LOGISTICA GENERAL Y CONTRATACION DE SERVICIOS

REFERENCIA No 3

Fuente.- Expo Rock Show

CONTRATO DE ACTUACION

Entre Norma Gasca Hernández representante del Director General de Expo Rock Show quien funge para este efecto como El Contratante (quien firma en ausencia del Director general), con domicilio en _____,

en representación de Expo Rock Show adelante denominado LA EMPRESA por una parte y por la otra Guadalupe Ceballos (manager de EL ARTISTA) y el Sr. Alejandro Casini, DNI N° 18.276.261, con domicilio en _____,

en adelante llamado EL REPRESENTANTE en su carácter de vendedor de B- Real of Cypress Hill en adelante llamado EL ARTISTA, se conviene lo siguiente:

1.LUGAR Y FECHA

LA EMPRESA contrata al ARTISTA para efectuar dos presentaciones de aproximadamente 60 minutos cada una a realizarse los días 16, y 17 de Mayo de 2008 respectivamente. El show del día ____ de _____ de 20____, se realizará en _____ capacidad es de 1.000 personas, en el horario aproximado de las 22:30hs, ubicado en _____

Y el show del día 17 de Mayo tendrá lugar al aire libre en la explanada de la Expo Rock en el Palacio de los deportes, sito en Av. Rio Churubusco s/n esquina con Añil, Delegación Iztacalco, Distrito Federal, cuya capacidad es de 8.000 personas, en el horario aproximado de las 21:00hs.

El ARTISTA asistirá a la fiesta VIP de la expo el día ____ de _____ de 20____, en un horario por confirmar

2.CACHET

Por las dos presentaciones mencionadas, LA EMPRESA abonará al REPRESENTANTE o a quien éste designe, la suma de dólares estadounidenses Veinte y un Mil (u\$s 21.000.-) por cada una sólo en concepto de CACHET, mas 2.000 por honorarios de presentación pública comercial, es decir la suma de dólares estadounidenses Cuarenta y Cuatro Mil (u\$s 44.000.-) libre de retenciones, en concepto de CACHET, más los gastos que cada una genere.

Forma de pago:

La suma convenida se abonará de la siguiente manera:

Un adelanto de 50% del valor total a la firma del presente contrato, mediante depósito en la cuenta que oportunamente indicara EL REPRESENTANTE. El 50% restante, al menos una semana antes de la primera presentación del ARTISTA, también mediante depósito en cuenta efectivos no depositados.

Todos los importes se consideran netos, asumiendo LA EMPRESA la exclusiva responsabilidad, del pago de todo impuesto o retenciones, sellados, tasas, aportes sindicales, sindicato de músicos, o cualquier otro gravamen que exista o pueda surgir a nivel municipal, provincial, nacional o internacional.

3. ALOJAMIENTO Y VIÁTICOS

LA EMPRESA contratará a su cargo hospedaje para EL REPRESENTANTE, EL ARTISTA y el personal técnico, en hotel de categoría durante 3 noche(s) acorde al rider que oportunamente entregara EL REPRESENTANTE. Todas las habitaciones deberán tener el desayuno incluido. Se solicitan 1 suite ejecutiva y 8 habitaciones singles para alojar a los 9 integrantes del staff.

LA EMPRESA abonara al REPRESENTANTE 50 dólares estadounidenses de viáticos de alimentación diarios por cada integrante del staff (nueve integrantes).

4. TRANSPORTE

LA EMPRESA abonará la cantidad de 9 tickets aéreos para el traslado de **EL ARTISTA** y su staff, 1 de los tickets aéreos deberá ser en Business Class (para B- Real).

A su vez proveerá además toda la transportación local que incluye movilidad a hotel, prueba de sonido, local del show, etc.

También queda expreso de común acuerdo que LA EMPRESA se encargara de dejar a la banda en el aeropuerto, una vez concluida su parte laboral y después de realizar el check out en el hotel.

5. AUTORIZACIONES

LA EMPRESA se hará cargo de todos los permisos y/o autorizaciones municipales, policiales, etc., que se necesiten en cada lugar para la correcta realización del espectáculo. LA EMPRESA también se hará cargo de los gastos ocasionados por permisos de trabajo y toda clase de sellados e impuestos varios de todo el crew siendo Global access Inmigratio Services INC, Entertainment Visa Consultants la encargada de verificar el proceso de internacion

6. ESCENARIO

LA EMPRESA dispondrá para la actuación del ARTISTA de un escenario sólidamente construido, y en perfecto estado en su superficie, que pueda soportar 1000 kgs/m² en cualquier punto del mismo; totalmente plano, sin ningún tipo de obstáculo, cuyo piso deberá ser de fenólico de una pulgada (**no aglomerado**). Deberá tener escalera y rampa de acceso para los equipos. Sus medidas mínimas serán: Siete (7) metros de frente por cinco (5) metros de fondo por dos (2) metros de altura. Sobre el escenario deberán haber una (1) tarima: de tres (3) metros de largo por 2.40 metros de ancho por 30 cms de alto, respetando la ubicación de la planta de escenario adjunta en el contrato.

LA EMPRESA se compromete a proveer 1 efectivo de seguridad, no uniformados, ingeniero de audio, ingeniero de iluminación y un encargado de producción o Production Mánager, que representará a LA EMPRESA, debiendo estar autorizado y capacitado para resolver cualquier inconveniente que surgiera durante el armado del concierto. Dichas personas estarán a cargo del ARTISTA y su personal, desde la llegada hasta la partida de la delegación. El lugar en que se lleve a cabo la actuación deberá estar a disposición del ARTISTA durante todo el día fijado para la realización del show, a fin de proceder al armado y pruebas de equipos de sonido y luces,. Durante el show no deberá haber ninguna persona que no esté autorizada por EL REPRESENTANTE o la persona que este indique.

7. SONIDO Y LUCES

Serán provistos por LA EMPRESA en base a los rider que estarán adjuntos al presente contrato.

8. ESPECIFICACIONES TÉCNICA

LA EMPRESA proveerá un adecuado suministro de corriente trifásica en perfecto estado de funcionamiento. Los equipos de iluminación, sonido y escenario tienen un **consumo de 100 amperes** por fase, 220 volts entre fase y neutro y cero volts entre neutro y tierra. Todo el sistema de electricidad deberá estar puesto a tierra mediante una jabalina de cobre. El lugar de actuación deberá contar con un electricista responsable a cargo de LA EMPRESA que deberá estar a entera disposición del ARTISTA desde la llegada de los equipos al lugar de actuación y hasta una hora después de finalizado el recital.

En el escenario deberá haber dos (2) matafuegos, uno a cada lado del escenario.

9. PUBLICIDAD:

El artista debe ser anunciado por su único nombre artístico B-Real (of Cypress Hill), para eso contará con el material que EL REPRESENTANTE le proporcione.

10. MERCHANDISE:

En el caso de haber merchandise, queda establecido en el presente contrato que EL REPRESENTANTE tendrá la exclusividad de venta de artículos del merchandise oficial del grupo, para el cual instalará los puestos que crea necesario, dentro del predio en donde se realice el show, en lugares a elegir por el mismo.

11. SUSPENSIÓN

En caso de suspensión por causas de índole climáticas, y en caso de enfermedad del ARTISTA (presentando el correspondiente certificado médico), **siempre y cuando LA EMPRESA haya cumplido rigurosamente con todos los requerimientos de este contrato**, se podrá pactar un nuevo día de actuación, dependiendo de la agenda del ARTISTA, y abonando todos los gastos correspondientes a ambos shows. Caso contrario este contrato quedará sin efecto.

12.CLAUSULAS LEGALES

Este contrato es intransferible y ante el incumplimiento de cualquiera de sus cláusulas, EL ARTISTA queda exento de toda obligación o compromiso, reservándose el derecho de ejecución del monto del mismo, como así también los montos de transporte, peajes, viáticos y estadía y conservando a su favor la seña, responsabilizando a LA EMPRESA por los perjuicios emergentes. Se deja constancia que ante hechos imponderables, casos fortuitos, o de fuerza mayor que impidan al ARTISTA cumplir con las cláusulas del presente contrato, ambos quedan eximidos del mismo o de cualquier indemnización u otros que pueda exigir LA EMPRESA. En caso que suceda alguna de las variantes mencionadas en esta cláusula EL ARTISTA notificará vía telegrama simple al domicilio de LA EMPRESA indicado ut supra. Las partes otorgan al presente suficiente carácter de título ejecutivo y LA EMPRESA acepta que el pago de las sumas aquí convenidas le sea reclamado mediante juicio, no pudiendo aducir el pago de las mismas, sino mediante la presentación del recibo del ARTISTA por el total de la suma convenida.

A todos los efectos de este contrato las partes constituyen domicilios legales y especiales en los indicados UT SUPRA y desde ya pactan la jurisdicción en los tribunales ordinarios en lo comercial de Los Estados Unidos de America o si así se designara a los de la Capital Federal República Argentina para el caso de la controversia judicial, renunciando al derecho de recusar sin causa al magistrado interviniente. Convienen así mismo que para todos los efectos no jurídicos y relacionados con este contrato, se podrá recurrir al arbitraje de la Asociación de Representantes de Artistas.

Los domicilios aquí constituidos conservan su validez para todas las notificaciones en forma fehaciente.

13. ACUERDO

Ratificando las cláusulas precedentes, las partes firman tres (3) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto uno para LA EMPRESA, otro para EL ARTISTA, obligado, y otro para EL REPRESENTANTE, a los 4 días del mes de Abril de 2008.

_____	_____	_____
Guadalupe Ceballos	Norma Gasca	Alejandro Casini
EL ARTISTA	LA EMPRESA	EL REPRESENTANTE

REFERENCIA No 4

Fuente.- Rock Show Entertainment



ROCK SHOW ENTERTAINMENT®

M E X I C O

Que celebran por una parte el artista conocido comercialmente como _____ representado en este acto por NORMA GASCA HERNANDEZ, quien en lo sucesivo se denominara LA AGENCIA y por la otra _____ representado en este acto _____ a quien en lo sucesivo se le denominara LA EMPRESA.
Conforme a las siguientes:

DECLARACIONES

Primera.- Declara LA AGENCIA

- A) Que tiene la capacidad jurídica suficiente para obligarse a los términos del presente contrato.
- B) Que es una persona física legalmente constituida ante la Secretaría de hacienda
- C) C) que tiene su domicilio en el Distrito Federal
- D) Que posee los derechos y la autorización para celebrar en nombre y representación del artista y/o grupo musical _____ a quien en lo sucesivo se denominará EL ARTISTA todo tipo de contratos para la realización de presentaciones artísticas en cualquier parte de la República Mexicana, Estados Unidos, Centro y Sudamérica.

Segunda.- Declara LA EMPRESA

- A) Que tiene la capacidad jurídica suficiente para obligarse a los términos del siguiente contrato
- B) Que tiene su domicilio en _____ y se identifica con una identificación oficial, de los que se anexan copia legibles
- C) Que desea contratar los servicios de EL ARTISTA y de LA AGENCIA para realizar UNA presentación artística en la fecha y lugar que más adelante se indican.
- D) Que tienen la capacidad y experiencia para organizar, gestionar y producir espectáculos musicales

Queda establecido como Cláusula Inicial y reguladora del presente que a la firma de este contrato se adquiere la obligatoria absoluta y estricta confidencialidad respecto a términos y condiciones, a la existencia de relación entre las partes, queda asumido que las negociaciones que las partes lleven a cabo, que toda la información que pueda hacer inferir a terceros la existencia de este contrato. La violación de esta obligación de confidencialidad obligará a la parte incumplidora a pagar los daños y perjuicios que se generen.

Las partes tendrán extremo cuidado en salvo guardar la confidencialidad pactada y se limitarán a la divulgación exclusivamente a los involucrados directos ya sean empleados, funcionarios o directores que tengan necesidad de conocer dicha información y nunca a terceros innecesarios y menos aún a gente ajena a la producción.

En virtud de estas declaraciones, ambas partes reconocen mutuamente su responsabilidad y capacidad legal, así como el carácter y representación en que intervienen y convienen en las siguientes:

CLAUSULAS

I.- LA EMPRESA por este medio contrata los servicios de EL ARTISTA para que realice UNA presentación artística en la ciudad de _____

II.- El local donde se llevará a cabo la actuación es conocido como _____

Es obligación solamente del La Empresa Contratante, a su propio costo, obtener todas las licencias, permisos, seguros, certificados, autorizaciones y todo otro trámite requerido por cualquier Sindicato, Autoridad nacional o departamental, o Sociedad de Autores y/o intérpretes o cualquier otra entidad que tenga jurisdicción sobre las actuaciones; y complementará satisfactoriamente y por entero todos los términos requeridos.

III.- EL ARTISTA trabajará en un LOCAL _____ con capacidad para _____

Ubicado en _____

El lugar deberá ser apropiado para espectáculos musicales, por lo que convienen ambas partes que por ningún motivo se realizará el concierto en lugares inadecuados o improvisados, ni donde no sea posible montar los equipos necesarios y que proporcionen las condiciones logísticas y de seguridad

IV.- EL ARTISTA presentará su espectáculo a las _____ HRS LA EMPRESA declara estar de acuerdo que EL ARTISTA realice su espectáculo de _____ minutos, en el lugar pactado de la presentación.

V.- LA AGENCIA no aceptará ningún cambio referido a el lugar, fecha y hora del espectáculo, que no haya sido contemplado en las cláusulas II III y IV

A) Cualquier cambio que realice LA EMPRESA que no este mutuamente convenido por escrito entre las partes, dejará a LA AGENCIA en libertad de cancelar el espectáculo, perdiendo LA EMPRESA sus derechos sobre cualquier pago y/o anticipo de cualquier índole.

VI.- LA EMPRESA se compromete a satisfacer las necesidades técnicas SEGÚN EL RIDER DEL ARTISTA, de escenario, camerino, transportación aérea, transporte local y catering, así como todo concepto relacionado al rider técnico y de hospitalidad en caso contrario, EL ARTISTA estará en libertad de cancelar, estando LA EMPRESA obligada al pago total de lo estipulado en este contrato.

VII.- LA EMPRESA se compromete a cubrir los gastos de TRANSPORTACION AEREA PARA PERSONAS EN CLASE TURISTA O BUSSINES (SEGÚN ESTIPULE EL RIDER DE HOSPITALIDAD) EN LA RUTA QUE LA AGENCIA INDIQUE. ASI COMO TRANSPORTACION TERRESTRE FORANEA Y LOCAL O LA QUE FUERA NECESARIA EN CAMIONETAS DE 15 PASAJEROS. MISMA QUE DEBERA ESTAR A DISPOSICION DE LA AGENCIA. SE REQUIERE ADICIONALMENTE UNA CAMIONETA DE CARGA HABILITADA PARA TRANSPORTAR APROXIMADAMENTE 500KG. LAS CAMIONETAS DEBERAN SER DE MODELO RECIENTE Y DE RENTA PROFESIONAL. BAJO NINGUN CONCEPTO SE VIAJARA EN CAMIONETAS PRIVADAS Y/O PERSONALES DE CAPACIDAD INFERIOR A LA INDICADA. LA COMITIVA DEBE VIAJAR BAJO LAS CONDICIONES Y CIRCUNSTANCIAS ESTIPULADA

VIII.- La empresa cubrirá los gastos de renta ó transportación del back line. SEGÚN LAS NECESIDADES TÉCNICAS DE EL ARTISTA Y PARA SU USO EXCLUSIVO Y PROPORCIONARA A LA AGENCIA EL SIGUIENTE PERSONAL: (3) CHOFERES CAPACITADOS Y MAYORES DE EDAD LOCALES QUE CONOZCAN LAS RUTAS Y ACCESOS PERTINENTES. 1 (UN) RUNNER QUE ACOMPAÑE A LA COMITIVA DESDE EL ARRIVO DE EL ARTISTA A LA CIUDAD O VENUE Y HASTA QUE LA COMITIVA ABANDONE LA CIUDAD O VENUE Y 4 PERSONAS QUE RECIBIRAN A LA COMITIVA DEL ARTISTA PARA LA CARGA Y DESCARGA DE EQUIPOS E INSTRUMENTOS EN TODOS LOS PUNTOS QUE REQUIERA CARGAR O DESCARGAR LOS MISMOS

IX.- LA AGENCIA se reserva el derecho de no presentar a EL ARTISTA si no existe en el lugar de la presentación los requerimientos mencionados en los anexos, un sistema de energía eléctrica que garantice la seguridad de EL ARTISTA y el público asistente, así como la continuidad del espectáculo, o en caso de que hubiera una súbita interrupción del suministro de energía eléctrica.

X.- LA EMPRESA RESERVARA PARA LA AGENCIA _____ HABITACIONES DOBLES Y _____ HABITACIONES SENCILLAS en el hotel _____, ubicado en _____ este deberá incluir desayuno y estar reservado con anticipación y pagado en su totalidad al momento de registro de EL ARTISTA POR LA EMPRESA, ninguna persona ajena a la producción deberá conocer y menos difundir la sede de El Artista

Si La Agencia considerará pertinente enviar un equipo de avanzada para la producción del evento, La Empresa deberá proporcionar a esa comitiva hospedaje y viáticos iguales a los de día de show, la cantidad de personas y los tiempos de antelación serán decisión exclusiva de La Agencia, siempre pensando en el bien común

LA EMPRESA entregara a LA AGENCIA, por adelantado, la cantidad de \$ usd por persona por concepto de viáticos de las _____ personas que LA AGENCIA designe. HACIENDO ENTREGA DE UN TOTAL DE \$ _____ POR LOS DOS DIAS QUE EL CREW ESTARA EN LA CIUDAD Y LOS DIAS DE VIAJE CUENTAN EN ITINERARIO

X.- LA EMPRESA se compromete a realizar la publicidad adecuada a través de radio, televisión, prensa escrita u otros medios que juzgue convenientes para garantizar el éxito de la presentación. Así mismo destacará a EL ARTISTA en toda la publicidad, en el entendido de que LA EMPRESA no podrá involucrar ningún producto o marca comercial en la presentación de EL ARTISTA salvo pacto previo entre ambas partes.

El Contratante podrá usar solamente las fotos provistas por La Agencia, ya sea en programas, carteles, flyers, afiches, hojas de promoción, pósters, etc. Ninguna otra foto podrá ser utilizada por La Empresa Contratante sin la autorización por escrito de La Agencia.

El Contratante no empleará, ni permitirá la presencia de cualquier anunciador y/o maestro de ceremonias, o artistas soporte, o grupos y/o artistas de apertura para cualquiera de los conciertos sin la autorización por escrito de La Agencia, que podrá rechazar la solicitud.

XI.- En caso de que el espectáculo sea suspendido por causas imputables a LA EMPRESA dentro de los diez días que anteceden a la presentación, LA EMPRESA se obliga al pago total de este contrato.

XII.- Las partes convienen que el precio de la presentación será la cantidad \$ _____) más IVA o impuesto fiscal o federal libres de todo impuesto estatal, municipal y/o federal, y descuentos de cualquier tipo. LA CANTIDAD ACORDADA TOTAL SERA NETA

La totalidad de los importes de los viáticos serán entregados en su totalidad a la persona que La Agencia designe para tal efecto, estos serán pagados en dólares americanos o si fuera el caso, previa autorización de La Agencia en moneda local

El precio convenido será pagado de la siguiente manera:

La cantidad de \$ _____ El día de _____ de 201_____

La cantidad de \$ _____ El día _____

En caso de no abonarse los pagos en los términos acordados, queda anulado el contrato y cualquier cantidad abonada hasta ese momento serán tomadas por La Agencia y por El Artista como indemnización sin controversia alguna.

1. Todas las entregas que haga la empresa deberán ser en efectivo, giro bancario o cheque certificado a favor de Norma Gasca Hernández o en su caso la persona que designe para este evento.

Deposito a la cuenta _____ del banco _____, CLABE INTERBANCARIA PARA TRANSFERENCIAS POR INTERNET: _____ a favor de Norma Gasca Hernández, cuenta habilitadas para recibir depósitos de abono a el contrato, se requiere copia de la ficha de deposito vía mail o fax, LOS DEPOSITOS EN EFECTIVO Y TRANSFERENCIA INTERNACIONALES ABONARAN UN 3% ADICIONAL A LAS CANTIDADES ACORDADAS Y ABONADAS. ESTE PORCENTAJE ES EL RETENIDO POR LA INSTITUCION BANCARIA POR TRANSACCIONES FINANCIERAS

2. Ambas partes convienen en que EL ARTISTA no participará de forma alguna en las utilidades o pérdidas que pudieran resultar del espectáculo, que los riesgos y beneficios financieros son exclusivamente de LA EMPRESA.
3. LA EMPRESA pondrá a disposición de LA AGENCIA y EL ARTISTA, 30 cortesías invitadas especiales, en lugares centrales a no mas de 20mts de distancia del escenario o en su caso, una mesa de pista o lugares preferenciales dentro del local para 20 personas, adicionalmente se requieren 5 credenciales all acces para invitados del artista
4. Ambas partes convienen que LA EMPRESA deberá pagar las cantidades que se generen por concepto de aportaciones sindicales, asociaciones o similares que ocasione la presentación de EL ARTISTA.
5. La Empresa Contratante esta obligada a pagar todos los gastos adicionales necesarios que la presentación de El Artista genere como: excesos de equipaje, tasas aeroportuarias, impuestos de ingreso o egreso, exportación y/o importación temporaria de equipos, visados, extensiones de actividades, y los no previstos que sean comprobables mediante recibos fidedignos y originales que comprueben el gasto
6. La Empresa Contratante se compromete a cubrir los gastos médicos de hospitalización, tratamiento y medicamentos en caso de incidente ò accidente laboral dentro de aéreas de trabajo o por motivos relacionados con el evento programado, siempre y cuando el siniestrado no presente signos de inconveniencia en el desempeño de sus funciones. De cualquier forma recinto del evento debe contar con botiquines habilitados con todos los suministros necesarios y con la presencia de personal calificado para atenciones médicas inmediatas ya sea un doctor de base o paramédicos

XIV. LA EMPRESA se obliga a obtener todos los permisos nacionales, locales y/ o correspondientes, visas, internaciones o similares que se requieran así

Como cumplir los requisitos necesarios para llevar a cabo el espectáculo,

Sin que El Artista tenga interferir en ningún sentido del proceso.

XV. LA EMPRESA se compromete a tener el lugar de la presentación listo para la instalación del equipo y sound check a las hrs. del día en que se presente EL ARTISTA.

La Empresa garantiza y es responsable de la integridad y seguridad de todos los equipos de El Artista desde su llegada ala ciudad y/o venue

XVI. CAMERINOS: Se deberá proporcionar bajo la supervisión de La Agencia una oficina de producción con iluminación suficiente y energía eléctrica y contactos suficientes para equipos de trabajo, deberán estar provistos de cáterin que se anexará al presente este espacio debe contar con mesas y sillas cómodas todas iguales y nunca de plástico además de sillones en buen estado si la temperatura lo requiriese deberán estar climatizados según indique La Agencia, el camerinos para El Artista deberá tener espacio suficiente para 15 personas, mesas y sillas suficientes, sillones confortables, iluminación suficiente, agua corriente, espejos y toallas y contactos de energía eléctrica, debe contar con baño inmediato contiguo para uso exclusivo del artista y su comitiva y deberá estar impecablemente sanitizado y con todos los suministros necesarios, adicionalmente se requiere de un botiquín de primeros auxilios que deberá ser entregado a el representante de La Agencia desde el momento de la llegada de los técnicos a la prueba de sonido.

No esta permitido el acceso a camerinos a personas ajenas a la comitiva, tampoco se permite personas ajenas en áreas de escenario on stage ò back stage

CATERING: LA EMPRESA proporcionará a EL ARTISTA, Catering según se indique por La Agencia previamente con suficiente anticipación de al menos una semana indicando cantidades y productos solicitados, el catering debe ser resurtido si así fuera necesario

- A. LA EMPRESA proporcionará a el personal técnico de EL ARTISTA durante el montaje sándwiches, agua embotellada, jugos, refrescos y cerveza, así también para el sound check
- B. " El Catering" será proporcionado por LA EMPRESA bajo su costo, no se aceptan marcas genéricas o similares salvo previa autorización

XVII. LA EMPRESA se compromete a cubrir los daños ocasionados a los instrumentos musicales durante la presentación por causas únicamente imputables al Incumplimiento de las obligaciones pactadas por ambas partes en el presente contrato.

- A. LA EMPRESA proporcionará a la seguridad para resguardar dicho equipo desde su llegada y hasta dejar el venue y la ciudad
- B. La Empresa Contratante se obliga a contratar a su exclusiva cuenta y cargo en empresas de seguridad reconocidas, registradas y de primer nivel que cubran las necesidades de orden y seguridad para las entradas generales, accesos elenco, técnicos y público así como proveedores, vallado de escenario, camerinos y aéreas de restricción, éstos deberán estar debidamente identificados y no deben promover o generar violencia, maltrato ni discriminación a ninguna persona del público o de aéreas de trabajo.
- C. La Empresa Contratante se obliga a prohibir el ingreso a la sala de concierto, cualquier tipo de botella, bote o recipiente de vidrio o aluminio, así como cualquier objeto que pudiese ser utilizado como proyectil, si se llegará a descubrir algún objeto de estas características El Artista estará en libertad de suspender su actuación, quedando libre de cualquier reclamo o querrela u obligación

VIII. Las partes convienen que LA EMPRESA no podrá ceder todo en partes, bajo ningún título los derechos y obligaciones derivados del presente, de no cumplir ésta cláusula se verá obligado a indemnizar en un 200% a EL ARTISTA, esto salvo consentimiento otorgado por escrito.

El Artista o la comitiva del mismo no deberán nunca asociarse o vincularse o relacionarse con figuras o partidos políticos, ni tener ningún tipo de connotación política

XIX. Queda estrictamente prohibido asociar la imagen de EL ARTISTA con cualquier tipo de marca o producto comercial, sin el consentimiento previo y por escrito de LA AGENCIA y EL ARTISTA, el incumplimiento de esta cláusula será motivo de cancelación de este contrato.

XX. En caso de suspensión del espectáculo por causas imputables a LA EMPRESA, o por incumplimiento de las presentes cláusulas, La Empresa se compromete y se encuentra obligada a hacer el pago de la totalidad estipulada en el presente, sin necesidad de juicio, además del reembolso de gastos que hubiese generado a LA AGENCIA Y EL ARTISTA, así como el pago de daños y perjuicios que le fueran ocasionados. En caso de ser causas ligadas a LA AGENCIA Y EL ARTISTA, por motivos ajenos a su control como enfermedad, accidente, fuerzas de la naturaleza e imprevistos de fuerza mayor, éstos se comprometen a negociar una nueva fecha, sujeta a disponibilidad, pero dándole prioridad a LA EMPRESA, quedando LA AGENCIA y EL ARTISTA libres de cualquier responsabilidad judicial.

XXI. EL ARTISTA y LA AGENCIA se deslindan de cualquier tipo de controversia o anuncio público por concepto de cancelación.

XXII. Queda aclarado a LA EMPRESA que LA AGENCIA, firma el presente en representación de EL ARTISTA como contratador independiente y nunca como empleado, y La Agencia tendrá control absoluto sobre las maneras y métodos para llevar a cabo el cumplimiento de sus deberes.

XXIII. Las partes manifiestan que no existe dolo, error, violencia, ni vicio alguno en el consentimiento del presente contrato y que para la interpretación y cumplimiento del mismo, ambas partes se someten expresamente a las leyes y tribunales competentes de la Ciudad de México DF. renunciando a cualquier otro fuero o competencia que pudiera corresponderles en virtud de sus domicilios y nacionalidades presentes o futuras.

Una vez leído el contenido y estando enteradas ambas partes, de todas y cada una de las declaraciones y cláusulas, así como de los alcances legales materia del presente contrato, se firma este de conformidad por duplicado en la Ciudad de México, Distrito Federal a los _____.

NORMA GASCA HERNANDEZ

EL ARTISTA

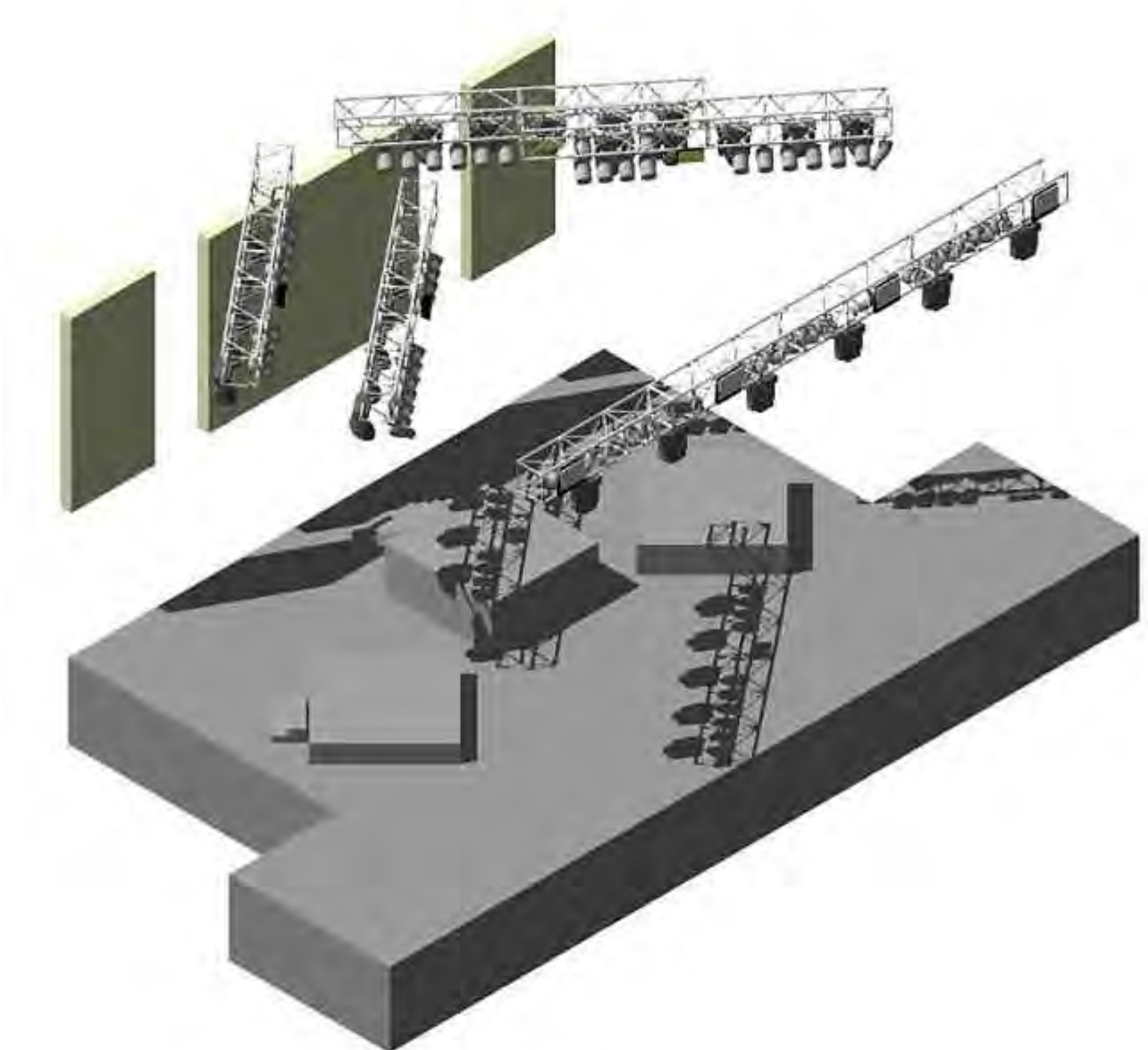
LA EMPRESA

Capítulo 3. LA PRODUCCIÓN: FESTIVAL MASIVO

Introducción

Referencia No 5/ Fuente.- *Rock Show Entertainment*

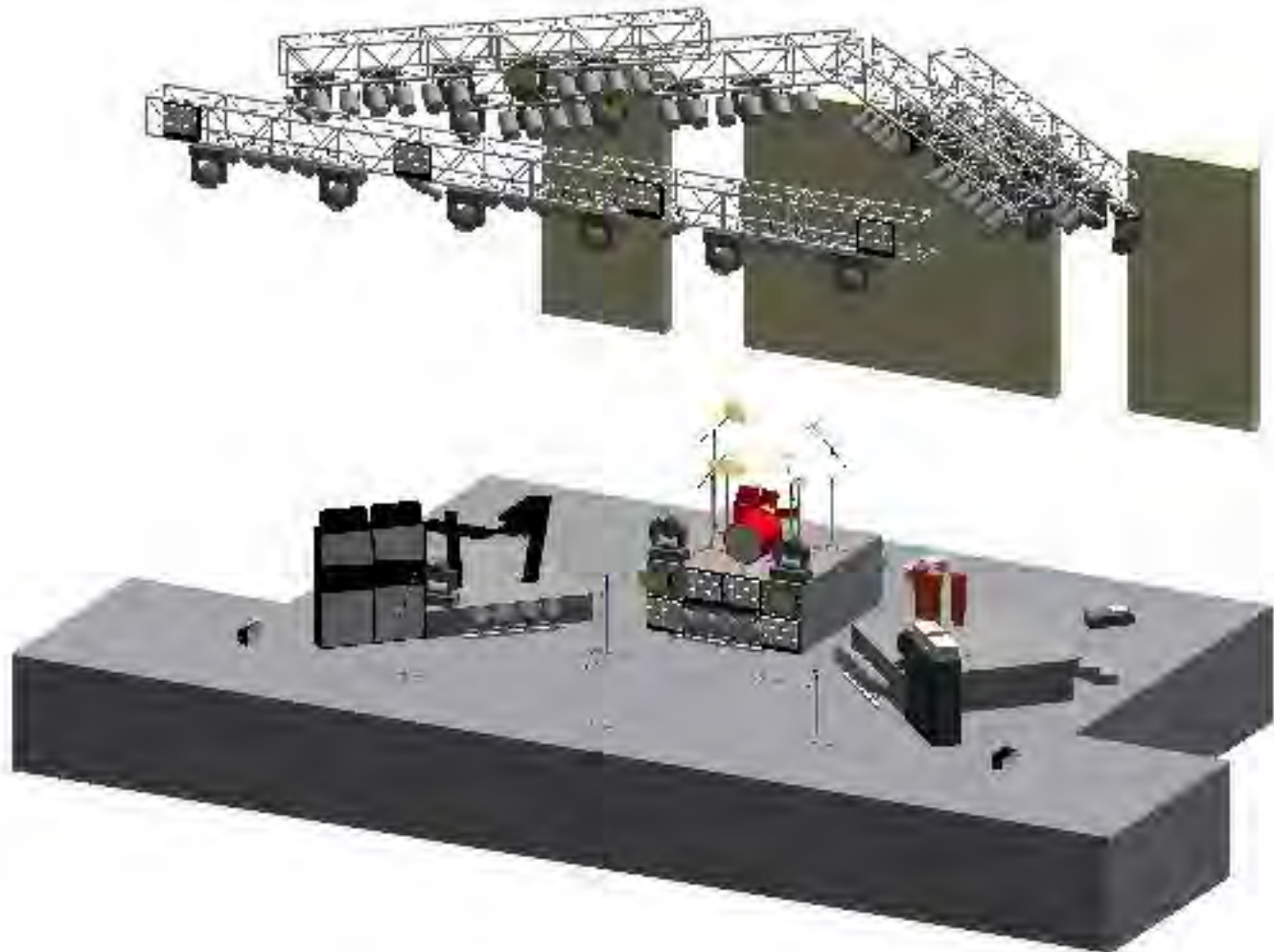
Planta de escenario y ground support



Referencia No 6

Fuente - *Rock Show Entertainment*

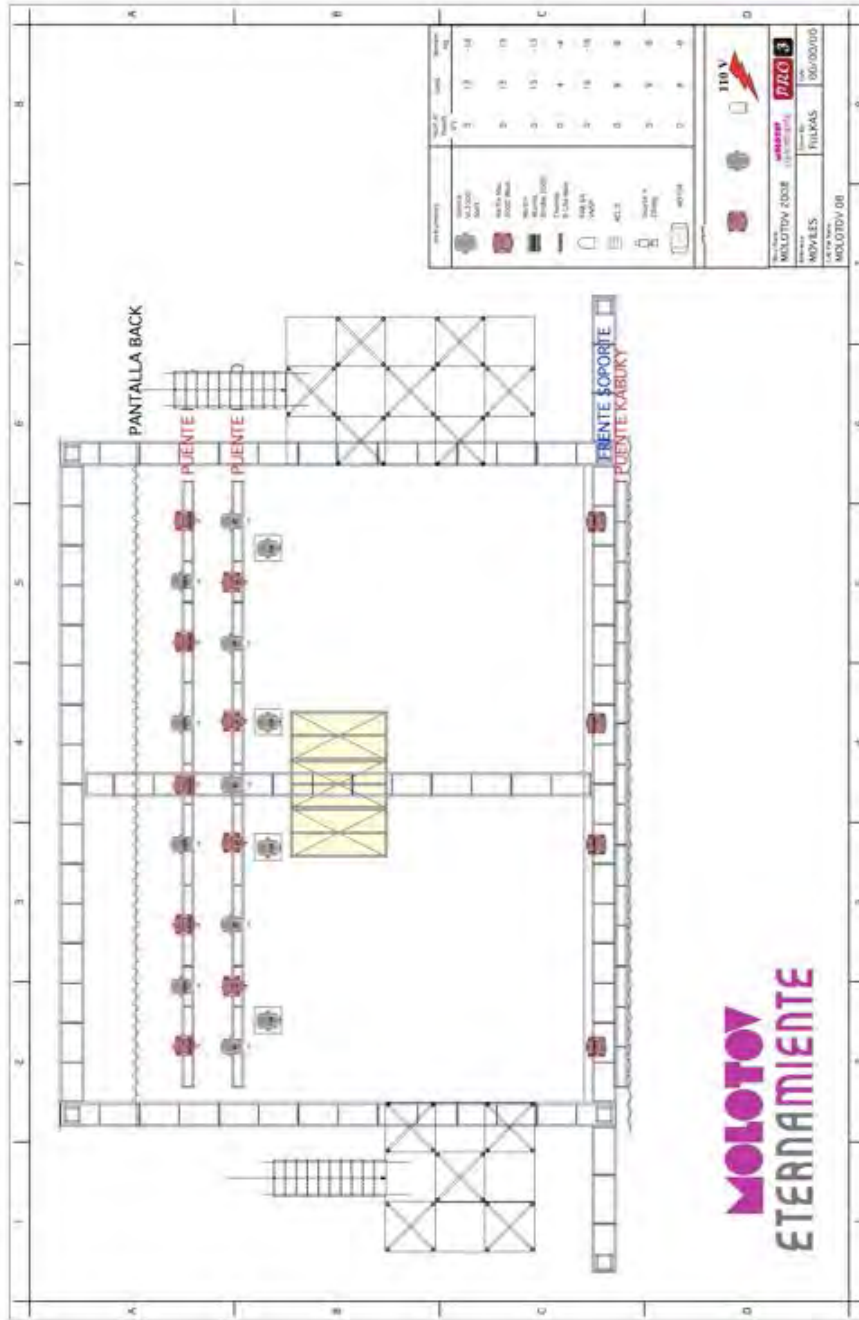
Escenario con montaje terminado



Referencia No 7

Fuente.- Rider del grupo Molotov (versión 2009)

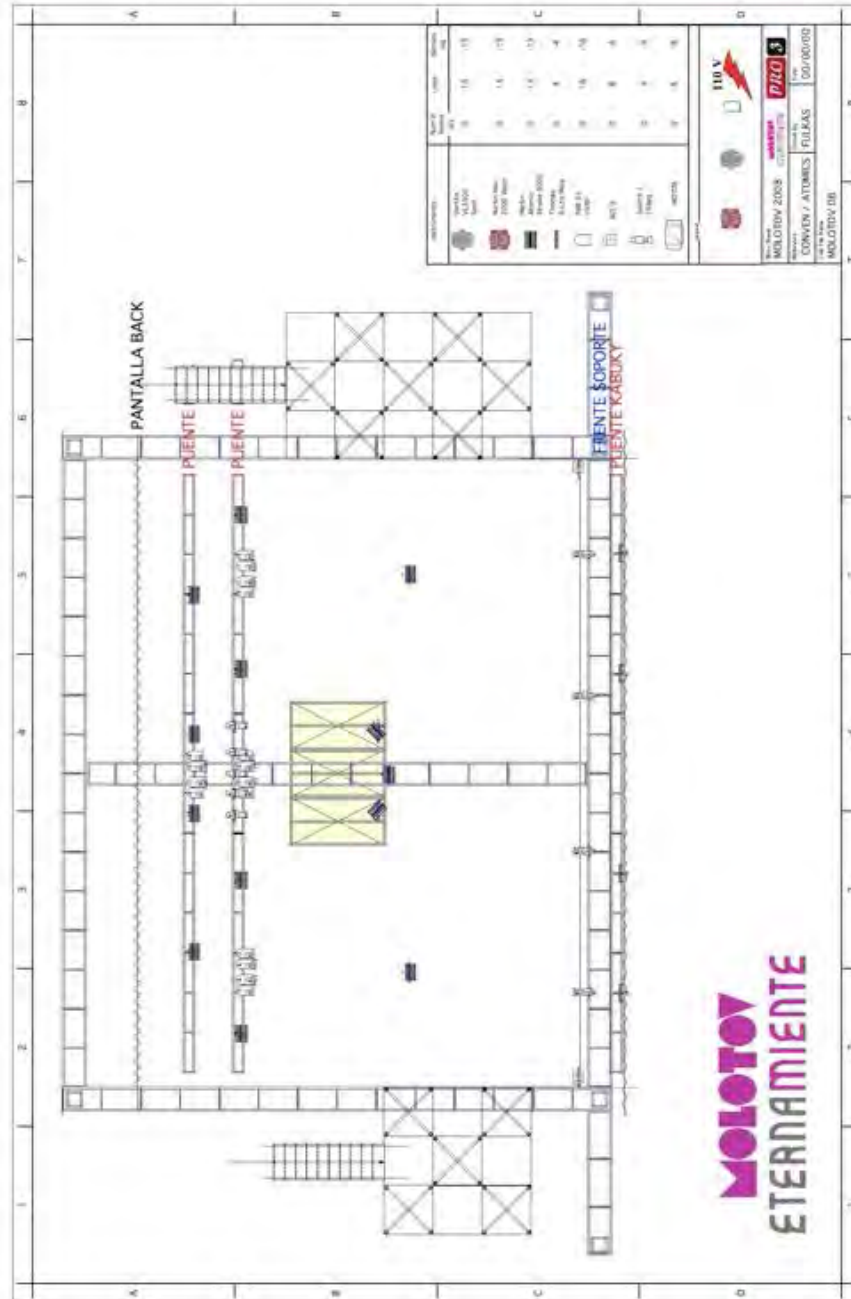
Planta de Iluminación móvil



Referencia No 8

Fuente.- Rider del grupo Molotov, versión 2009

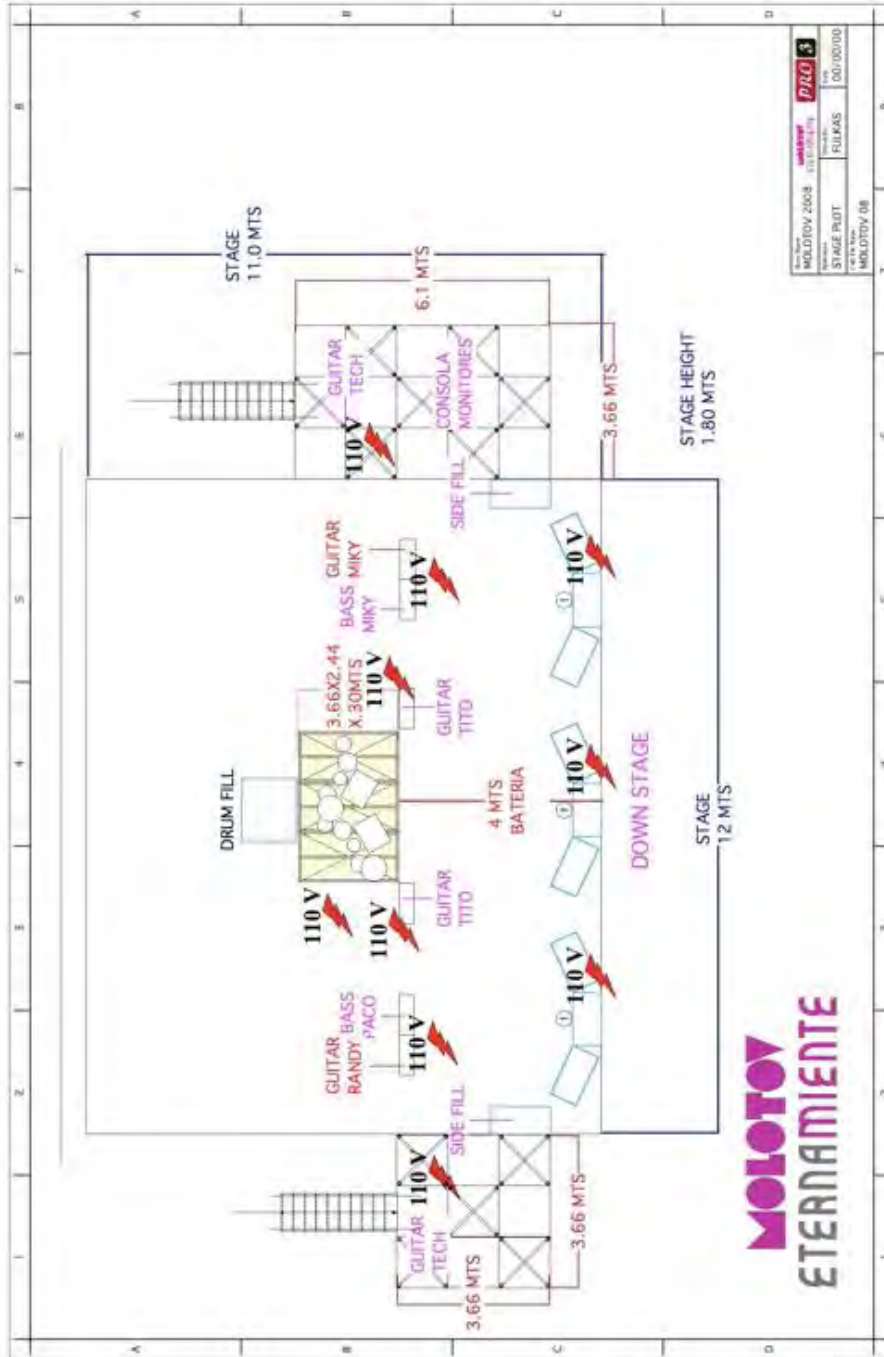
Planta de Iluminación Convencional



Referencia No 9

Fuente.- Rider del grupo Molotov, versión 2009

Stage Plot



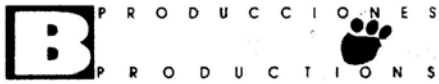
3.10.- FINANZAS GENERALES, RECUENTO DE CIERRE Y LIQUIDACIONES

Referencia No 10

Fuente.- Bulldog Productions

Formato de liquidaciones y ventas

Información del Evento			
Artista	REGGAE Fest 2007		
Venue	FORO		
Fecha	April 12, 2007		
Actuaciones	8		
Información	0		



Boletos Pagados			
	Precio de Boleto	Boletos vendidos	Venta Total de Boletos
1	\$200.00	1079	\$ 215,800.00
2	\$250.00	1054	\$ 263,500.00
3	\$0.00	0	\$ -
4	\$0.00	0	\$ -
5	\$0.00	0	\$ -
6	\$0.00	0	\$ -
7	\$0.00	0	\$ -
8	\$0.00	0	\$ -
Venta Total	2133		\$ 479,300.00

Menos Tarifa de Estacionamiento/Donación	\$ -
Impuesto Municipal	\$ 22,255.00
Intervencio	\$ 2,000.00
SACM	\$ 13,000.00
Venta neta de Boletos	\$ 442,045.00
ANDA/Sindicato de Musicos	\$ -
Venta Bruta Ajustada	\$ 442,045.00

Settlement	
Venta Bruta Ajustada	\$ 442,045.00
Menos Gastos Totales	- \$ 161,150.00
Neto Disponible p/dividir	= \$ 280,895.00
Porcentaje Artista vs. garantía	x 65%
% de pesos ganados	\$ 287,329.25
vs. Garantía de Artista	\$ -
Subtotal del Artista	\$ 287,329.25

Disbursements	
Porción del Artista	\$ 122,249.25
Ingreso NETO Smart Ticket	\$ 32,814.00
Compra de boletos del Artista	\$ -
Producción del Artista	\$ -
Otros Cargos/Créditos	\$ -
Subtotal	\$ -
Menos dep. Chk# 0	\$ -
Restante a pagar al Artista	\$ -



Pagos:	
Deposito	\$ 45,000.00
Cheque # Ing. De PREVENTA	\$ 55,800.00
Cheque # Anticipo	\$ 40,000.00
Cheque # Pre Venta SMART	\$ 5,580.00
Cheque # Pagos Diversos	\$ 18,700.00
Cheque #	\$ -
Cheque #	\$ -
Restante neto a pagar	\$ 165,080.00

Gastos	
House Nut	\$ -
Producción	\$ -
Catering	\$ 5,800.00
Renta	\$ 42,550.00
ANDA / Sin de M y C	\$ -
Aseguranza	\$ -
Publicidad	\$ 67,800.00
Cuota de Tarjetas de Crédito	\$ -
Producción del Artista	\$ 45,000.00
Producción de Teloneros	\$ -
Total de Gastos	\$ 161,150.00

G & P del Show	
Bruto Ajustado	\$ 442,045.00
Menos Total de Gastos	\$ (161,150.00)
Menos Porción del Artista	\$ -
Ganancia/Pérdida del Promotor	\$ 280,895.00

Porción del Artista	
Estelar	\$ -
Producción del Artista	\$ 45,000.00
Co-Headliner	\$ -
Support	\$ -
Co-Support	\$ -
Total Artist Guarantee	\$ 45,000.00

Comentarios, Detalles adicionales del trato	
Otros cargos/creditos al Artista	
Pago Hospedaje	\$ 1,120.00
Produccion ENSAYO	\$ 4,950.00
Transporte Terrestre	\$ 8,670.00
	\$ 3,960.00
	\$ -
	\$ -
TOTAL	\$ 18,700.00

Fecha de Conciliación	April 12, 2007
Firma - Representante del Artista	
Firma - Representante de BULLDOG Productions	

Referencia 11

Fuente.- Smart Ticket

Liquidación de compañía emisora de boletos

**LIQUIDACION SMARTICKET PLANSMART
REGGAE MUSIC FEST GDL**

INGRESOS	# BOLETOS	COSTO	TOTAL
Preventa	662	\$ 220.00	\$ 145,640.00
Venta	259	\$ 270.00	\$ 69,930.00
INGRESO TOTAL	921		\$ 215,570.00

FACTURACION	# BOLETOS	COSTO	TOTAL
Cortesias	750	\$ 3.00	\$ 2,250.00
Boletos Preventa	662	\$ 15.00	\$ 9,930.00
Boletos Venta	259	\$ 20.00	\$ 5,180.00
Boletos 2X1	363	\$ 3.00	\$ 1,089.00
Cargo Visa Master Card	\$ 2,055.00	4.3%	\$ 88.57
Gastos administrativos	1	\$ 800.00	\$ 800.00
SUB TOTAL			\$ 19,337.57
IVA			\$ 2,900.64
TOTAL			\$ 22,238.21

LIQUIDACION	
INGRESOS DEL ORGANIZADOR	
Ingreso total	\$ 215,570.00
	\$ 215,570.00
DEDUCCIONES AL ORGANIZADOR	
Total de pagos y anticipos	\$ 81,100.00
Facturación	\$ 22,238.21
TOTAL	\$ 103,338.21
TOTAL A PAGAR	\$ 112,231.79

FACTURA #

ACEPTO DE CONFORMIDAD Y RECIBO ENTREGO

Smarticket Internacional SA de CV

Referencia No 12

Fuente.- Ticketmaster

Audit de ticket master

LOS AUTENTICOS DECADENTES				
30 DE MAYO 2004				
TOTAL BOLETOS VENDIDOS	121	18,150.00		
COSTO POR BOLETO	150			
TOTAL BOLETOS VENDIDOS	707		84,840.00	
COSTO POR BOLETO	120			
CORTESIAS	100			
		928	102,990.00	
VTA BOLETOS		6,179.40		OUTLET SALES
VIA BOLETOS	194	446.20		PHONE SALES -INTERNET SALES
VIA BOLETOS	47	105.10		BOX OFFICE SALES
VIA BOLETOS	360	621.00		T.C.
VIA BOLETOS	399	458.85		
			1,879.27	TOTAL TICKET MASTER
VIA BOLETOS				
BOLETO DURO .23 USD				
COMISION 3.7 POR USO TARJ. CREDITO			245.12	
IMPUESTO 15% TICKETMASTER BOLETAJE				
PUBLICIDAD		8,058.67		GASTOS AL 50%
				SACOM 3,089.70
		1,000		TICKET MASTER 939.64
				PUBLICIDAD -
TOTAL A REPARTIR		94,931.33		4,029.34
			TAQUILLA	TOTAL
	60% MANAGER	61,794.00	4,029.34	57,764.66
	40% HARD ROCK	41,195.00	4,029.34	45,225.34
		102,990.00		102,990.00
ELABORACION Y AUTORIZACION				
GERENTE GENERAL				
CONTRALOR HARD ROCK MEXICO				
VERIFICADO EN CONTRATO				
GERENTE GENERAL				
CONTRALOR				