

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
BIBLIOTECA CENTRAL

**PROCESO DE PRODUCCIÓN Y TELEAUDIENCIA DEL
PROGRAMA COCINA SAL Y PIMIENTA
EN LA COLONIA 16. DE JULIO, ZONA 5 DE MIXCO**

Trabajo de Tesis Presentado por

IRMA ARACELY TÓRTOLA LANUZA

Previo a optar el Título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor

Lic. Cesar Paiz

Guatemala, agosto de 2003



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUAT
BIBLIOTECA CENTRAL

Guatemala, 29 de abril de 2,002.
ECC 415-02

Señorita
Irma Aracely Tortola Lanuza
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimada señorita:

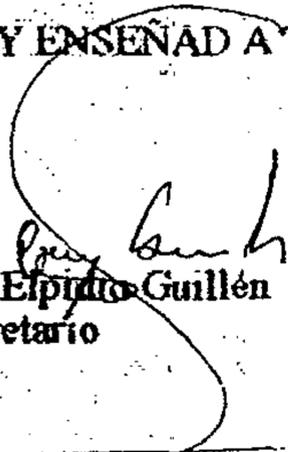
Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 9.4, del Punto NOVENO, del Acta No. 11-02 de sesión celebrada el 15-04-02.

"NOVENO:...

9.4 ... Comisión Directiva Paritaria. ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante IRMA ARACELY TORTOLA LANUZA, Carnet No. 9018575, el trabajo de tesis: TELEAUDIENCIA DEL PROGRAMA COCINA SAL Y PIMIENTA EN LA COLONICA PRIMERO DE JULIO ZONA 5 DE MIXCO. b) Nombrar como asesor al Lic. César Paiz."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Elpidio Guillén
Secretario



EG/lm
cc. Comisión de Tesis

POR UNA ESCUELA CON LUZ PROPIA



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
BIBLIOTECA CENTRAL

Guatemala, 07 de marzo de 2003
ECC-180-03

Señorita
Aracely Tortola
Esc. Ciencias de la Comunicación

Señorita estudiante:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Punto VIGESIMO SEPTIMO, del Acta No. 04-03 de sesión celebrada el 03-03-2003.

"VIGESIMO SEPTIMO:... Comisión Directiva Paritaria, con base en el dictamen favorable y lo preceptuado en la Norma Séptima de las Normas Generales Provisionales para la Elaboración de Tesis y Examen Final de Graduación vigente, ACUERDA: 1) Nombrar a los profesionales Lic. César Paiz (presidente), licenciados Carla Alvarez y Hugo Gálvez, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante Aracely Tortola, carné 9018575, cuyo título es: TELEAUDIENCIA DEL PROGRAMA COCINA SAL Y PIMIENTA EN LA COLONIA PRIMERO DE JULIO. 2) El comité contará con quince días calendario a partir de la fecha de recepción del proyecto, para dictaminar acerca del trabajo."

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Lic. Elpidio Guillén
Secretario



EG/ic

Por una Escuela con luz propia



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

DICTAMEN TERNA REVISORA DE TESIS

Guatemala, 16 de mayo

de 2003

Señores,
Comisión Directiva Paritaria,
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio.

Distinguidos Señores:

Por este medio informamos a ustedes que el (la) estudiante
Irma Aracely Tórtola Lanuza

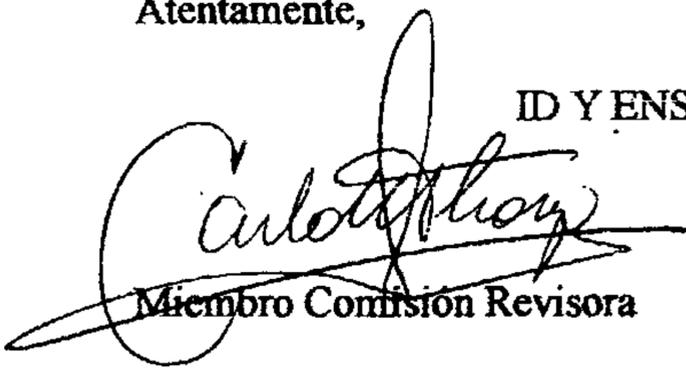
Carné 90 18 5 75 ha realizado las correcciones y recomendaciones a su
trabajo de tesis Proceso de Producción Y Teleaudiencia del Programa

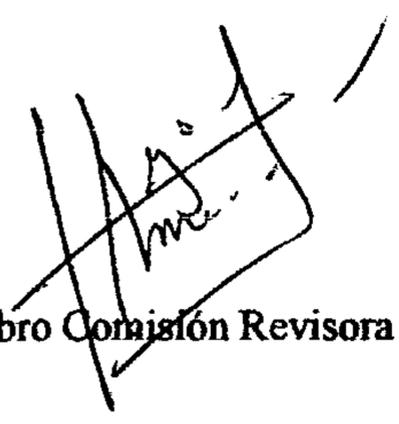
" Cocina Sal y Pimienta " en la Colonia 1o. De Julio, Zona 5 de Mixco

En virtud de lo anterior se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda
continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Miembro Comisión Revisora


Miembro Comisión Revisora


Presidente Comisión Revisora

POR UNA ESCUELA CON LUZ PROPIA



Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 10 de julio de 2,003
ECC 690-03

Señor (a)(ita)
Irma Aracely Tórtola Lanuza
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado(a) señor(a)(ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por Comisión Directiva Paritaria, en el Inciso 12.2, del Punto DECIMO PRIMERO, del Acta No. 14-03 de sesión celebrada el 07-07-03.

“DECIMO PRIMERO:... 12.2... Comisión Directiva Paritaria, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: PROCESO DE PRODUCCION Y TELEAUDIENCIA DEL PROGRAMA COCINA SAL Y PIMIENTA EN LA COLONIA 1o. DE JULIO, ZONA 5, DE MIXCO, presentado por la estudiante IRMA ARACELY TORTOLA LANUZA, Carné No. 9018575, en base al dictamen favorable del Comité de tesis nombrado para el efecto; b) Se autoriza la impresión de dicho trabajo de tesis; c) Se nombra a los profesionales: Lic. Víctor Ramírez y Lic. Axel Santizo (titulares) y Lic. Hugo Nery Bach (suplente), para que con los miembros del Comité de tesis, Lic. César Paiz (Presidente), Licda. Carla Alvarez y Lic. Hugo Gálvez, integren el Tribunal Examinador y d) Se autoriza a la Dirección de la Escuela para que fije la fecha del examen de graduación.”

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

Lic. Elpidio Guillén De León
Secretario



EGDL/lm
CC. Comisión de Tesis

Por una Escuela con luz propia

DEDICATORIA

A:

DIOS:

En quien esta mi fe y mi fortaleza

MIS PADRES:

Pilar Tórtola y Esperanza Lanuza porque este triunfo también es de ellos

MIS HERMANOS:

Lily, Silvia, Lucy, Osmel y Marysol con amor fraternal

MI HIJA:

Irma Lucía, para que este éxito alcanzado sea ejemplo en su vida

MIS AMIGAS:

Claudia, Flor y Elianet, por su amistad incondicional

Y ESPECIALMENTE A:

Luis Felipe Villatoro, en agradecimiento a su amor y apoyo

**PARA LOS EFECTOS LEGALES, ÚNICAMENTE LA AUTORA ES
RESPONSABLE DEL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO**

INDICE DE CONTENIDO

| | Página |
|--|--------|
| RESUMEN | |
| INTRODUCCIÓN | |
| OBJETIVOS | |
| | |
| CAPÍTULO 1 | |
| LA TELEVISIÓN | |
| HISTORIA Y FUNCIONES | |
| | |
| 1.1 HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN EL MUNDO | 1 |
| 1.2 HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN GUATEMALA | 8 |
| 1.3 HISTORIA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL EN TELEVISIÓN | 11 |
| 1.4 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO | 17 |
| 1.5 LA TELEVISIÓN COMO ENTRETENIMIENTO | 18 |
| 1.6 LA TELEVISIÓN EN LA EDUCACIÓN Y LA MEDICINA | 18 |
| 1.7 EL FUTURO DE LA TELEVISIÓN | 19 |
| | |
| CAPÍTULO 2 | |
| PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN | |
| TÉCNICAS | |
| | |
| 2.1 EL ESTUDIO DE TELEVISIÓN | 20 |
| 2.2 LA CÁMARA | 23 |
| 2.3 COMPOSICIÓN DE LA IMAGEN | 24 |
| 2.4 EL GUIÓN | 26 |
| 2.5 LA ESCENOGRAFÍA | 27 |
| 2.6 EL AUDIO | 28 |
| 2.7 LA ILUMINACIÓN | 29 |
| 2.8 EL MAQUILLAJE | 30 |
| 2.9 LA PRODUCCIÓN | 31 |
| 2.10 APUNTADES Y PASA DIÁLOGOS | 33 |
| 2.11 LA EDICIÓN | 34 |
| | |
| CAPÍTULO 3 | |
| PROGRAMAS GASTRONÓMICOS DE TELEVISIÓN | |
| | |
| 3.1 PROGRAMAS GASTRONÓMICOS DE TELEVISIÓN VÍA CABLE | 35 |
| 3.2 SEGMENTOS DE COCINA TRANSMITIDOS POR CABLE | 38 |

3.3 SEGMENTOS DE COCINA TRANSMITIDOS POR TV NACIONAL 39

**CAPÍTULO 4
PROGRAMA
"COCINA SAL Y PIMIENTA"**

| | |
|--|----|
| 4.1 ANTECEDENTES | 42 |
| 4.2 CONTENIDO DEL PROGRAMA | 42 |
| 4.3 SEGMENTOS DEL PROGRAMA | 43 |
| 4.4 TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN | 44 |
| 4.5 OTROS SEGMENTOS IMPORTANTES DEL PROGRAMA | 45 |
| 4.6 PATROCINADORES | 45 |
| 4.7 EQUIPO DE PRODUCCIÓN | 46 |
| 4.8 PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA | 49 |

**CAPÍTULO 5
RATING E INVESTIGACIÓN**

| | |
|--|----|
| 5.1 RATING EN TELEVISIÓN | 51 |
| 5.1.1 RATING | 51 |
| 5.1.2 ALCANCE | 51 |
| 5.2 METODOS DE INVESTIGACIÓN | 52 |
| 5.2.1 IBOPE | 53 |
| 5.2.2 TELEREPORT | 55 |
| 5.2.3 RECALL | 55 |
| 5.2.4 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA | 56 |

**CAPÍTULO 6
METODOLOGÍA
DE LA INVESTIGACIÓN**

| | |
|---------------------------------------|----|
| 6.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | 61 |
| 6.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN | 61 |
| 6.3 MÉTODO | 62 |
| 6.4 OBJETIVO DEL ESTUDIO | 62 |
| 6.5 CRITERIO MUESTRAL | 62 |
| 6.6 TÉCNICA Y PROCEDIMIENTO | 64 |
| 6.7 INSTRUMENTOS | 64 |
| 6.8 TÉCNICA DE PROCESAMIENTO DE DATOS | 68 |

CAPÍTULO 7
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN
DE RESULTADOS

| | |
|------------------------------------|----|
| 7.1 PERFIL DE TELEAUDIENCIA | 70 |
| 7.2 CONDUCTOR DEL PROGRAMA | 77 |
| 7.3 ASPECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA | 81 |
| 7.4 DEL PROGRAMA EN GENERAL | 86 |
| | |
| CONCLUSIONES | 97 |
| RECOMENDACIONES | 98 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 99 |
| ANEXOS | |

RESUMEN

| | |
|-----------------------------|--|
| TÍTULO | Proceso de producción y Teleaudiencia del Programa Cocina Sal y Pimienta en la colonia 1º de Julio zona 5 de Mixco |
| AUTORA | Irma Aracely Tórtola Lanuza |
| UNIVERSIDAD | San Carlos de Guatemala |
| UNIDAD ACADÉMICA | Escuela de Ciencias de la Comunicación |
| PROBLEMA INVESTIGADO | Proceso de producción y Teleaudiencia del programa Cocina Sal y Pimienta en la Colonia 1º de Julio Zona 5 de Mixco |
| INSTRUMENTO | Cuestionario |

PROCEDIMIENTO PARA OBTENER DATOS E INFORMACION

Se obtuvo información en las bibliotecas de las universidades: San Carlos de Guatemala, Rafael Landívar y Francisco Marroquín, en varias revistas especializadas, se consultaron diferentes páginas de internet y se entrevistaron a personalidades experimentadas en el tema. También se realizaron un total de 202 encuestas a personas de ambos sexos de 14-65 años.

El análisis de los datos tiene como finalidad identificar el Perfil de Teleaudiencia del programa **Cocina Sal y Pimienta**.

RESULTADOS OBTENIDOS Y CONCLUSIONES

El Perfil de Teleaudiencia del programa **Cocina Sal y Pimienta** quedó definido de la siguiente forma: Las personas que forman parte de la teleaudiencia del programa son del sexo femenino principalmente en las edades de 25-54 años, aunque un pequeño segmento del sexo masculino en las edades de 25-44 años también ve el programa. Estas personas en su mayoría trabajan, pero pueden ver el programa porque trabajan por las tardes o por su cuenta. El nivel de instrucción que tienen es relativamente alto, ya que un porcentaje mayor tiene nivel universitario sin terminar y nivel diversificado, es decir, que las personas que forman parte de la teleaudiencia tanto hombres como mujeres tienen un nivel de estudios elevado. Son personas en un alto porcentaje con carreras de nivel medio como: bachilleres y secretarias, maestros (as), en el nivel universitario: trabajadoras sociales e ingenieros.

En cuanto al estado civil la mitad son personas solteros (as) y la otra mitad casados (as), pero que tienen el mismo interés por aprender del arte culinario.

En cuanto a otros aspectos evaluados a través del cuestionario se concluyó lo siguiente:

Conductor del programa. El Chef Luis del Cid tiene una imagen buena en un 90%, y el lenguaje que utiliza es fácil de entender, es una persona agradable con una simpatía y carisma que lo hacen ser catalogado como: amigable, dinámico, sencillo y humilde.

Respecto al aspecto educativo del programa. Los encuestados opinaron que las recetas que se presentan en el programa son fáciles de preparar y los platillos que más les gustaría que se prepararan son: Comida salada guatemalteca y comida dulce internacional.

Los encuestados opinaron que el programa si contribuye a conservar la tradición de preparar platillos típicos nacionales y los platillos que más

recuerdan que se han preparado en el programa son: Fiambre, pepián, chilaquitas y rellenitos entre otros.

Del programa en general. Se concluyó lo siguiente: La música que acompaña al Chef Luis del Cid mientras prepara las recetas de cocina, es considerada como la adecuada y un 95% la catalogó como agradable.

En cuanto al tiempo que dura el programa consideraron que era el suficiente; la participación de los encuestados en los concursos es de un tercio, es decir, que solamente un 28% ha participado en los siguientes concursos: Aniversario y Día de la Madre. Las marcas patrocinadoras que se han ubicado en la mente de los televidentes son: B&B, Malher, Olmeca, Pollo Rey y Gallo Dorado. El programa **Cocina Sal y Pimienta** en general les pareció en un 100% como bueno.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis titulado: **Proceso de producción y Teleaudiencia del programa Cocina Sal y Pimienta en la colonia 1° de Julio Zona 5 de Mixco**, describe en su primer capítulo, la historia de la televisión en el mundo y en Guatemala, así como las funciones de la televisión pero también resume la historia de la producción nacional.

El segundo capítulo detalla las técnicas de producción en televisión, describiendo aspectos como: El estudio de televisión, la cámara, el guión, la escenografía, el audio, la iluminación, el maquillaje, la producción y la edición. El tercer capítulo contiene los programas gastronómicos que se transmiten en la televisión por cable y a nivel nacional. El cuarto capítulo describe todo lo relacionado con el programa **Cocina Sal y Pimienta**, sus antecedentes, segmentos del programa, patrocinadores, equipo de producción así como el proceso de producción del mismo.

El quinto capítulo consiste en el rating e investigación, es decir, que detalla los métodos aplicables para la investigación en televisión. El sexto capítulo describe la metodología de la investigación, del cómo se diseño la encuesta, el método utilizado, la muestra escogida, la técnica y el procesamiento de la información obtenida.

Por último el séptimo capítulo, que es el más importante describe el análisis de los resultados a través del perfil de teleaudiencia del programa, el análisis de la personalidad del conductor del programa, el aspecto educativo del programa, así como el análisis del programa en general. Asimismo, se presentan las respectivas conclusiones, referencias bibliográficas y anexos (en el cual aparece el cuestionario utilizado para recabar la información).

OBJETIVOS

OBJETIVOS

GENERAL

Determinar el perfil de teleaudiencia que posee el programa "Cocina sal y pimienta" transmitido por canal 7.

ESPECÍFICOS

- Conocer las características generales de la teleaudiencia.
- Determinar el aporte a la cultura gastronómica guatemalteca brindado por el programa "Cocina sal y pimienta"
- Establecer el proceso de producción del programa.

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO 1

LA TELEVISIÓN

HISTORIA Y FUNCIONES

1.1 HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN EL MUNDO

Según Fupedes (2000 p. 35) la historia de la televisión en el mundo se desarrolló de la siguiente forma:

1.1.1 Origen

La palabra televisión se deriva de las voces griegas tele, que significa lejos y de visión. En consecuencia, se puede definir como el sistema de transmisión de imágenes por medio de ondas electromagnéticas a través de hilos eléctricos cable o por el éter (lo que ahora se conoce por transmisión abierta). Es entonces, un fenómeno que pertenece completamente al campo de la electrónica.

Por ser la televisión un invento cuya difusión por el mundo ha sido muy rápida, por la facilidad y por la fidelidad con que los televisores captan la imagen y el sonido, la mayor parte de los televidentes no imaginan el largo estudio que precedió a la realización de un invento extremadamente complejo.

La transmisión de imágenes a distancia, como la ilusión del movimiento en el cine, ha sido posible gracias a la particularidad fisiológica conocida como la persistencia de las imágenes en la retina. Ese fenómeno consiste en el hecho de que, si se mira un objeto luminoso y luego se cierran los ojos por un breve tiempo, la visión no desaparecerá inmediatamente. La visión persistirá por un breve tiempo, aproximadamente una décima de segundo.

Por esto si en un tiempo inferior al de retención o persistencia reconstruimos una imagen compuesta por puntos, nuestros ojos la verán completa. Asimismo, si en un tiempo inferior a una décima de segundo presentamos a la vista una serie de imágenes sucesivas, tendremos la sensación de captar el movimiento.

1.1.2 Primeros pasos.

Se considera como primera referencia histórica de la televisión al año 1842 cuando el inglés Alexander Bain logró articular un aparato para la reproducción a distancia de imágenes fijas.

En 1872, Emite Renand inventó el praxinoscopio, sistema para mostrar imágenes en movimiento a más de un espectador, en tanto que un año después Senlecp formuló la teoría de la transmisión a distancia de imágenes en movimiento, mediante la descomposición y sucesiva recomposición fragmentaria, lo cual se constituyó en el primer servicio público de telefonía.

Un año después son descubiertas las propiedades fotoeléctricas del selenio, el cual, al ser iluminado con longitudes de onda adecuadas emite electrones. Casi inmediatamente, los científicos trataron de aplicar el descubrimiento para resolver el problema de la transmisión de imágenes.

El científico estadounidense G.R. Carey creó en 1880 un método para captar mediante la electricidad la imagen del fondo de la cámara oscura y mostrarla a gran distancia. Su proyecto consistía en emplear docenas de diminutas celdas fotosensibles hechas de selenio y dispuestas en mosaico. Cada celda reaccionaría a la intensidad de la luz, enfocada en ese punto, y conectada a una batería, emitiría una corriente mayor o menor hasta una lámpara. Empero, la propuesta de Carey no funcionó.

Los primeros experimentadores de la televisión comprendieron que el sistema ideal consistiría en una celda lumínica conectada por dos cables a una lámpara. Una celda, en una cámara, registraría el brillo de cada parte de la imagen sucesivamente, y la lámpara en el otro extremo debería reproducir cada punto con la intensidad correcta.

Un inventor alemán, Paul Nipkow, concibió en 1884 un mecanismo notablemente sencillo para ese fin. Nipkow patentó un disco que contenía una espiral de orificios y giraba a gran velocidad entre la

imagen y la celda. Mientras giraba el disco, solamente un punto de la imagen quedaba expuesto a la celda cada vez, pero en cada revolución del disco se reproducía la imagen completa. En el extremo receptor, una lámpara controlada por la celda variaría rápidamente de brillo.

Un segundo disco de Nipkow giraría a la misma velocidad, los orificios proyectarían la luz sobre un solo punto de la pantalla cada vez, y cada punto se correspondería por un punto idéntico de la imagen original. Al girar el disco, el ojo humano fundiría todos los puntos y percibiría una reproducción de la imagen completa.

En 1897, el físico alemán Ferdinand Braun inventó el tubo de rayos catódicos que hizo posible las modernas cámaras y receptores de televisión. Mientras investigaba el comportamiento de los electrones - las diminutas partículas que constituyen la corriente eléctrica-, Braun observó que cuando chocaban con pintura fluorescente, la pintura brillaba intensamente. Aplicó pintura al extremo de un tubo de vidrio que contenía un electrodo, que al calentarse emitía electrones. Este electrodo se denominó cátodo y el haz de electrones, rayo catódico.

Braun comprobó que colocando electroimanes y placas cargadas eléctricamente fuera del tubo podía enfocar el haz para que produjera un punto brillante de luz en el extremo fluorescente del tubo. Cambiando la tensión aplicada a los electroimanes y placas podía moverse la marcha luminosa en la pantalla.

Posteriormente, en la ciudad rusa de San Petersburgo, Boris Rosing consideró, en 1906, que el tubo de rayos catódicos podía utilizarse para proyectar imágenes de televisión. Aplicó el disco de Nipkow de 1884 para captar la imagen y convertirla en una señal eléctrica. Luego utilizó esta señal para controlar el brillo del punto iluminado por el rayo catódico, que debía moverse de arriba abajo en la pantalla, siguiendo líneas paralelas, en una fracción de segundo. Así, prescindía del segundo disco propuesto por Nipkow, y lo sustituyó por un receptor completamente electrónico.

Sin embargo, aún no existían medios de amplificación de las señales

eléctricas débiles. En 1911, Rosing sólo pudo producir imágenes muy deficientes. Pese a ello, había creado el primer aparato de televisión que funcionaba en el mundo.

1.1.3 La televisión electrónica

Después del experimento de Rosing, la idea de un sistema de televisión completamente electrónico fue propuesta en un artículo por Alan Campbell Swinton en 1908. Este ingeniero electricista escocés no se detuvo en la utilización del tubo de rayos catódicos de Rosing como receptor, sino que sugirió que podía desarrollarse un tubo modificado para la cámara de televisión.

La imagen, según él, se enfocaría en el extremo del tubo, compuesto de un material fotosensible. Al barrer el rayo catódico en líneas paralelas la pantalla de fotoceldas, la señal eléctrica del tubo reproduciría exactamente la intensidad luminosa de cada punto.

Campbell trabajaba sobre las bases teóricas y no construyó ningún aparato. Sin embargo, sus conferencias y artículos científicos difundieron la idea de la televisión electrónica.

Tuvieron que pasar quince años para que Vladimir Zworykin, fabricara el primer tubo electrónico para cámara que llamó iconoscopio, entre 1923 y 1931. Había sido uno de los alumnos de ingeniería eléctrica de Rosing, en San Petersburgo y se había sentido cautivado por la idea de la televisión.

Zworykin emigró a Estados Unidos tras la revolución soviética e ingresó a la compañía Westinghouse. Su labor probó que las ideas de Campbell Swinton de 1908 eran válidas. A finales de 1923 había producido también un tubo de imagen, el kinescopio. El aparato era muy elemental y lo más que podía mostrar era una simple cruz que proyectaba por el tubo. En los últimos años de la década de los veinte, Zworykin se trasladó a la compañía RCA para la que desarrolló un iconoscopio.

El ruso obtuvo la primera patente de televisión en color en 1925. Se le ocurrió cubrir la pantalla del tubo de rayos catódicos con una serie repetida de filtros de color en la cámara. Pero su trabajo no tuvo éxito y los sistemas electrónicos de color no se produjeron hasta 25 años después.

En 1926, el inventor escocés John Logie Baird efectuó la primera demostración pública de televisión ante los miembros de la Royal Institution (inglesa), en su laboratorio de Soho londinense. Ese mismo año, la General Electric Company anunció la fabricación a escala industrial de aparatos televisivos. El año 1926 fue también clave porque empezó el cine con sonido.

En 1927 se produjeron las primeras transmisiones por radio y línea telefónica. Imágenes de Herbert Hoover Secretario de Comercio de Estados Unidos y más tarde presidente de ese país fueron transmitidas por radio y línea telefónica de Washington a Nueva York, a 322 kilómetros de distancia.

En 1928, Baird, seguido por Herberth Ives al año siguiente, mostró las primeras imágenes de televisión en color. Ives utilizó un sencillo y convencional disco de Nipkow. Baird empleó uno que contenía tres espirales cada una con orificios cubiertos por filtros de uno de los colores básicos: rojo, verde o azul. El receptor tenía tres lámparas coloreadas, para reconstruir la imagen a través de otros discos de Nipkow de tres espirales.

Ese mismo año, las emisiones experimentales de televisión comenzaron en Estados Unidos, desde un transmisor instalado por la General Electric en Schenectady, Nueva York. El equipo de la compañía al mando de Emst Alexanderson, utilizaba la exploración mecánica, al igual que otra nueva emisora experimental abierta por la RCA en la ciudad de Nueva York, el mismo año.

La primera estrella de televisión de la RCA fue el Gato Félix, el cual fue contemplado en una demostración especial por personas situadas a más de 1,600 kilómetros de distancia.

1.1.4 El primer estudio de televisión

El primer estudio de televisión del mundo se inauguró en 1929 en Long Acre, Londres, por Baird. Pero sus imágenes eran muy deficientes. Baird persuadió a una de las estrellas más populares de Gran Bretaña, la cantante Gracie Fields, para que apareciera en su diminuta pantalla, en el primer programa experimental. Como no logró transmitir al mismo tiempo las imágenes y el sonido, los espectadores vieron primero el rostro de una silenciosa cantante, y unos minutos después escucharon su voz frente a una pantalla vacía.

Esos problemas se resolvieron en julio de 1930 cuando Baird transmitió desde su estudio la primera representación teatral televisada por la BBC, la obra de Pirandello "El hombre de la flor en boca", con 30 minutos de duración y un reparto de tres personas.

En 1933 nació en Estados Unidos la industria televisiva con sistema totalmente electrónico.

1.1.5 Primer programa filmado

En 1935 se inauguró en Berlín el primer servicio del mundo de televisión filmada, que funcionaba tres días a la semana. Era completamente electrónico, tenía una baja definición de sólo 180 líneas y transmitía dos horas diarias de programas filmados. Proyectó imágenes de los juegos olímpicos de Berlín de 1936, así como material filmado y en directo hasta que el estudio fue bombardeado en 1943.

La BBC inauguró el primer servicio público de alta definición desde el Alexandra Palace en Londres, en noviembre de 1936. Durante los tres primeros meses emplearon dos sistemas competitivos: la televisión completamente electrónica desarrollada por Marconi-EMI se alternaba semanalmente con el equipo mecánico de Baird. En pocos años, el equipo Marconi-EMI había mejorado la calidad de la imagen a 405 líneas horizontales, con 25 imágenes completas por segundo.

1.1.6 Primer servicio electrónico en Estados Unidos

Entre 1935 y 1938, las compañías General Electric, Dupont y André reportaron que vendieron unos cinco mil aparatos televisivos. El 20 de octubre de 1938, la RCA anunció que había iniciado la fabricación a escala industrial, de un tipo de televisor económico.

Asimismo, RCA, que había invertido diez millones de dólares en el desarrollo de la televisión, inauguró el primer servicio completamente electrónico de Estados Unidos con una intervención del presidente Franklin D. Roosevelt en la inauguración de la Feria Mundial de Nueva York, en 1939.

Peter Goldmark, de la Columbia Broadcasting System (CBS), introdujo en 1940 un sistema de televisión en color de 343 líneas para transmisiones diarias. El equipo de Goldmark pudo desarrollarse gracias al perfeccionamiento de las cámaras y receptores.

En 1949, un equipo investigador de la RCA desarrolló en Estados Unidos el tubo de máscara de sombra, que permitía la obtención electrónica completamente en color.

En 1953, la coronación de la reina Isabel II, de Inglaterra, fue el primer programa importante de televisión transmitido internacionalmente. Un año después, las emisoras europeas de televisión establecieron una red permanente: Eurovisión.

1.1.7 Primera grabadora de video

En 1956, Ampex Corporation, de Redwood, California, produjo la primera grabadora práctica de videocinta, capaz de registrar imágenes de televisión. Destinada inicialmente a emisoras que quisieran conservar sus programas para su posterior transmisión, la máquina Poniatoff condujo al desarrollo de cassettes y videos domésticos. También se produjo el videodisco, con lo que los espectadores podían contemplar en cualquier momento programas grabados de antemano.

En 1960 los japoneses crearon el primer receptor de televisión completamente transistorizado. La empresa Sony fue la que lo desarrolló y dejó atrás el sistema construido por válvulas termiónicas (bulbos).

1.1.8 El satélite trasatlántico

Las señales de televisión difundidas en las bandas de VHF o UHF no viajan mucho, por eso no se pudo lograr la transmisión intercontinental en vivo hasta que se contó con el satélite de comunicaciones.

El satélite Telstar comenzó a transmitir televisión a través del Atlántico poco después de ser lanzado en 1962. El primer programa mostraba imágenes de París, transmitidas por el servicio de la televisión francesa al Telstar y de ahí a una antena en los Estados Unidos. Actualmente, las emisoras pueden transmitir programas desde cualquier parte del mundo por medio de los satélites en órbita.

1.2 HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN GUATEMALA

La televisión fue conocida en Guatemala como un suceso que acontecía en Estados Unidos. A través de la radio y los medios impresos, se supo de la nueva tecnología que estaba revolucionando el arte del entretenimiento y de la información. No fue sino hasta mediados de la década de los años cincuenta cuando finalmente aterrizó el invento en este país.

1.2.1 Los primeros canales

Según Pineda (2000) los primeros canales que surgieron en Guatemala fueron los siguientes:

EL PRIMER CANAL EN GUATEMALA, CANAL 8

Aunque oficialmente se tiene la fecha de inauguración del 14 de febrero de 1956, la realidad es que el trabajo experimental data de años

atrás, ya que desde 1953 se hablaba de la posibilidad de instalar en Guatemala una estación de televisión.

El 18 de septiembre de 1955 se efectúa la primera transmisión oficial, la imagen de Pedro Vargas cantando el Padre Nuestro, fue la imagen que el poco público (40 aparatos receptores en ese entonces) admiró por primera vez en Guatemala. La imagen únicamente podía verse en el centro de la ciudad pues se contaba únicamente con 200 vatios.

APARECE LA SEGUNDA ESTACIÓN, CANAL 3

El 15 de mayo de 1956 inició formalmente sus labores Canal 3 (Radio Televisión Guatemala, S.A.), surge como primer canal promovido por la iniciativa privada. Canal 3 salió con las siglas TGBOL con potencia de 5 kilovatios. El 15 de octubre de 1968 fueron autorizadas las primeras estaciones repetidoras que ubicadas en el Cerro Alux, en San Lucas Sacatepéquez, San José Caldera en Chimaltenango y otra en Quetzaltenango.

Este fue el principio del enlace con la televisión mundial, lo que permitiría ver el segundo juego de la selección de Guatemala en los Juegos Olímpicos de México en 1968. Desde sus inicios sus transmisiones fueron muy variadas y actualmente su programación cuenta con series de mayor impacto a nivel internacional.

LA TERCERA ESTACIÓN: CANAL 7

Con una potencia de 5 kilovatios el 15 de diciembre de 1964 salió al aire Canal 7. Fue el primer canal de Centroamérica que operó con un equipo de video. Al inicio sus transmisiones eran en un 90% de programación en vivo y unas cuantas películas extranjeras. En la actualidad se ha convertido en un canal especializado en transmisiones deportivas, llegándose a identificar como el canal primero en deportes.

LA CUARTA ESTACIÓN: CANAL 11

Oficialmente inició sus operaciones el 26 de octubre de 1966 aunque

sus transmisiones de prueba datan de mucho antes. Su programación era de transmisiones españolas como el programa "Sorpresa, Sorpresa", y telenovelas, en la actualidad su programación es muy variada.

1.2.2 Los canales que surgieron posteriormente

QUINTA ESTACIÓN: CANAL 13

El 20 de septiembre de 1978 inició sus actividades el canal 13, que se identifica como "Tele Trece", con equipo a todo color y con señal limitada. Dentro de su programación actualmente transmite programación variada como: series de los años ochentas y noventas, así como deportes y películas.

SEXTA ESTACIÓN: CANAL 5

El 1 de agosto de 1979 salió al aire canal 5 de televisión "Cultural y Educativo", como se identificaba. Este canal se encontraba bajo el control directo del Ejército Nacional, desde sus inicios transmitió programas nacionalistas y no poseía mensajes publicitarios.

Según Rodríguez citado Méndez (2001 p. 21) "Canal 5 en los últimos años cambió su programación, ya que transmitió películas populares y sirvió como fuente de información del ejército hacia el pueblo de Guatemala. Fue cancelado por mandato del presidente Alfonso Portillo, se tiene planificado reorganizarlo y proyectarlo a producción cultural y educativa".

SÉPTIMA ESTACIÓN: CANAL 21

El 27 de mayo de 1984, oficialmente inicia sus transmisiones Canal 21, y lo hace en UHF (Ultra Alta Frecuencia). Este canal, básicamente transmite programas religiosos con contenidos evangélicos y está conectado con una estación costarricense. La cobertura es limitada y la recepción requiere una antena especial para esta frecuencia.

OCTAVA ESTACIÓN: CANAL 25

En 1987 aparece canal 25, en la actualidad ya desaparecido, su programación era netamente musical para todos los gustos y en sistema UHF

OTROS CANALES EN UHF

Canal 27, es eminentemente religioso, transmite programas variados desde películas, caricaturas y programas en vivo.

Canal 31, de corte musical pero también cuenta con algunos programas de entretenimiento producidos en vivo y religiosos, es eminentemente comercial.

1.3 HISTORIA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL EN TELEVISIÓN

Según Méndez (2001 p. 65) la producción nacional en televisión se desarrolló de la siguiente manera:

Los programas radiales fueron los que sirvieron de base para el inicio de la producción televisiva nacional. Los programas salían en vivo y los errores cometidos no se podían borrar.

Uno de los primeros descubrimientos que hizo canal 3, fue el doblaje, en el programa "Estampas Musicales", mientras los artistas cantaban, corría una cinta magnética en 7 ½ con el sonido correspondiente, doblando ellos su propia voz grabada previamente.

Posteriormente apareció el Kinescopio, Usis (Empresa Eléctrica de Guatemala, S.A.) trajo a Guatemala una forma de grabar imagen y sonido al mismo tiempo en película revelable rápidamente.

Así canal 3 transmitió con esta novedosa comodidad, cientos de programas que ya grabados, garantizaban su seguridad, aún con calidad y durabilidad un poco deficientes.

Habiéndose establecido así la televisión en Guatemala como un nuevo medio de difusión masiva, no podía faltar la información a la ciudadanía de los acontecimientos relevantes nacionales e internacionales, y surge "Cuestión de Minutos" a iniciativa de Guillermo Figueroa de la Vega, transformándose en el "Decano de la Prensa Televisiva en Centroamérica" con 46 años de existencia.

Paralelo a Cuestión de Minutos y por algunos años se mantuvo el programa "Tele Ultimas" breve noticiario fílmico que gracias al dinamismo de su director Alfonso del Pinal fue otro órgano informativo televisado.

Otro programa que transmitió canal 3 fue "La Noticia en Broma", noticiero exitoso en el que participaban Filomeno y la Felipa (Rodolfo Gutiérrez Machado y Hilda Pinto Bonilla) quienes deleitaron al público con sus jocosas noticias.

La televisión educativa se inició en Guatemala a finales de los cincuentas y como producto de la audiencia, los pioneros de la televisión nacional también produjeron un programa para contrarrestar el analfabetismo. Siendo uno de los primeros programas de alfabetización en televisión en el mundo. El programa se denominó "Te-Leemos" siendo un éxito.

Nace también otro programa educativo "Tele-Aula" que fue transmitido en horario escolar y aprovechado por colegios e institutos prevocacionales. El programa fue impartido por un excelente grupo de catedráticos seleccionados entre el magisterio nacional. Otro programa importante fue "Tele U" que pretendía llegar a un nivel superior, gracias a la iniciativa y entusiasmo del Dr. Salvador Aguado.

En 1961 cuando en el estudio de canal 3 se preparaba la presentación de un programa en vivo con artistas nacionales e internacionales un voraz incendio acabó con todo a su paso y el estudio quedó reducido a cenizas. Posteriormente se trasladó a otro lugar.

El Periodista José Alfredo Palmieri tuvo también la oportunidad de traducir sus comentarios y noticias de la prensa escrita a la televisada.

Cuando canal 3 cumple sus 28 años de existencia empezaron a figurar las noticias deportivas, los eventos culturales. Surgió así también, un breve informativo internacional con la participación de Claudia Feldmar patrocinado por Brut de Faberge. Surge un noticiero deportivo con el narrador Abdón Rodríguez Zea, patrocinado por Marlboro.

Un modelo de noticieros televisados lo constituyó "Aquí el Mundo" su director fue el Lic. Mario David García, este ha sido considerado el mejor de los telenoticieros por su excelente producción y conducción.

En Guatemala se han producido un sinnúmero de noticieros televisados que vale la pena mencionar y que han formado parte importante en la producción televisiva nacional. Según Pineda (2000).

1.3.1 Resumen de los principales noticieros producidos en la televisión guatemalteca.

TELEDEPORTIVAS: Puede considerársele el pionero, surgió el 12 de octubre de 1955 a iniciativa de Celso Álvarez se transmitió por canal 3.
CUESTIÓN DE MINUTOS: Surgió por influencia del periodista Enrique Figueroa de la Vega, director de Cuestión de Minutos de México. Nació el 3 de noviembre de 1956. Fue transmitido por canal 3, fue el primero en transmitir el descenso del hombre en la luna y eventos deportivos vía satélite.

TELEULTIMAS: Se transmitió por canal 3, a cargo de los hermanos Mauricio y Alfonso del Pinal, entre los años 1957-1959, con dos emisiones diarias.

TELE FLASH: En 1958 surgió por canal 3, a iniciativa del periodista Francisco Montenegro Sierra. Inició como un complemento de Guatemala Flash que entonces tenía 12 años de existencia.

PERSONALIDADES ANTE LA CÁMARA: En canal 8 por los años 1959-1960, los periodistas Francisco Martínez y Luis N. Radford presentaron este programa que duraba media hora. Presentaban a

personas destacadas en alguna actividad para entrevistarlos.

DE LUNES A LUNES: Siempre por canal 8 a las 20:00 horas, Francisco Martínez también presentó este programa que tuvo ocho meses de duración. Con una modalidad original: Frente a cámaras, diez periodistas leían las noticias y hacían comentarios.

REPORTAJES INDUSTRIALES DE GUATEMALA: La incursión del periodista Francisco Martínez en la naciente televisión informativa, incluyó la presentación de este programa que estuvo apenas cuatro meses en el aire por falta de financiamiento.

RECORTE DE NOTICIAS EN TV: Los hermanos José Antonio y Carlos García Urrea, en canal 8 en 1960 lanzaron al aire este programa, que estuvo poco tiempo por falta de financiamiento.

NOTI 7 (PRIMERA ÉPOCA): El 9 de mayo de 1969, el periodista Arsenio Pérez Hernández, Héctor May, Ernesto Mirón y Federico Zelaya, tuvieron a su cargo Noti 7 en canal 7. Propiedad del canal, al año de transmitirse, la empresa consideró que no era rentable.

NOTI 7 (SEGUNDA ÉPOCA): Al retornar a Guatemala en 1971 el periodista Francisco Montenegro Sierra fue llamado por la gerencia de canal 7 para que condujera el noticiero. Después de un año Noti 7 desapareció.

TV ACTUALIDADES: El 4 de abril de 1970, por canal 7 sale al aire este programa. Siendo una sociedad formada por: Antonio Batres, René y César Montenegro y Sesiodoro Véliz. El cual duró hasta 1985 cuando no se le renovó su contrato.

TELE REPORTAJES DE GUATEMALA: También por canal 7 el 1 de noviembre de 1970 el periodista Arsenio Pérez Hernández presentó este programa. Hasta 1985 dejó de transmitirse.

TELE RADAR: En 1970 en compañía de su hermano Jorge, Rubén Alfonso Ramírez y Edgar Gudiel, el periodista José Alfredo Palmieri presentó por canal 11 este programa. Tuvo dos años de vida y fue uno de los primeros que utilizó el video-tape.

ESTUDIO ABIERTO: Con el diseño de Claudia Feldmar, el 28 de agosto de 1971, surgió este programa en canal 7 bajo la dirección de Ariel De León y coordinación de Sara Monzón. En gran medida hizo honor a su nombre: Mayor apertura en la información incluyendo a los diversos sectores. Dejó de transmitirse en 1978, por falta de actualización y mala administración.

AQUÍ EL MUNDO: Director y fundador: Lic. Mario David García, salió al aire el 25 de noviembre de 1976, se transmitía por canal 3, pero por problemas con el gobierno dejó de transmitirse y se cambió a canal 25 el cual en la actualidad ya no funciona.

TELE PRENSA: Nace el 14 de marzo de 1976 por canal 11, nació por iniciativa de Edgar Gudiel Lemus, su primer director. Fue descontinuado debido a problemas políticos del país en los años ochentas.

7 DÍAS: Nace el 7 de mayo de 1986 en canal 7, bajo la dirección del periodista Gonzalo Marroquín Godoy y del Sr. Richard Aitkenhead. Presentaba las noticias en forma de historia. Fue suprimido con el surgimiento de otro noticiero en el canal.

NOTI 7 (TERCERA ÉPOCA): Surge a iniciativa del canal en los años noventas, hasta hoy sigue transmitiéndose.

TELE-DIARIO: A iniciativa del periodista radial Eduardo Mendoza surge a finales de los años noventas, transmitido por canal 3. Su contenido es novedoso pues, incluye noticias de personajes de la vida común guatemalteca y de proyección social.

TELE 13 DIARIO: Es un programa complemento de Tele Diario, al cual se le denomina "las otras noticias" de reciente creación, el cual se transmite por canal 13.

La producción guatemalteca ha ido avanzando y mejorándose con el paso del tiempo y la ayuda de las nuevas tecnologías, ejemplo de ello lo constituyen la creación de programas de alta calidad como los que siguen a continuación.

1.3.2 Programas producidos en las últimas tres décadas del siglo XX.

Según Méndez (2001 p. 75) durante las últimas tres décadas ha habido variedad de producciones televisivas nacionales, entre las que destacan:

1973 a la fecha el programa "Mentes Sanas" dirigido por Rubén Alfonso Ramírez, programa cultural y educativo.

1974 Telenovela "Azul", primera telenovela guatemalteca.

En los años 70's surgieron varios programas que tuvieron bastante

éxito por su calidad y producción. El "Show de Pumarejo" fue un programa de concursos, noticias y apoyo al artista nacional. Otro programa importante fue el "Show de J.A. Guzmán" dirigido por el periodista Carlos de Triana, el cual contaba con público en vivo y era muy ameno, presentaba artistas y contaba con mucha variedad que hacía el deleite de su público.

1977 programa "Campiña" y "Venga con Chalo Venga" de apoyo al artista nacional, ambos desaparecidos.

1978 a la fecha "El Deportito", programa dominical que presenta noticias nacionales de deportes.

1981-82 "Juguemos a aprender" se desarrollaba un tema mediante diálogos y canciones.

1981-82 "Dimensión 5", presentaba video-clips musicales de artistas nacionales e internacionales.

En los años 80's "Musicalmente Latino", transmitía videos musicales y entrevistas con artistas.

1987 "El Club de los Super Chicos" y "La Madrina Carolina", más tarde cambió al nombre de "Yinny la genio feliz" en 1989. Entretenimiento infantil era su objetivo.

1987 "Nuestro Mundo por la mañana", programa que incluye consejos de belleza, legales, salud, reportajes, entrevistas etc.

1990 "Barriletes", conducido por niños que en su mayoría eran trabajadores y un científico adulto. Tema educativo y entretenimiento infantil.

1990 Telenovela "Esmeralda" y "Al filo de la ciudad" producciones de canal 5.

1991-92 "Tío Memo", se realizaban juegos y canciones de carácter infantil.

1997 "Alo que tal América" programa de entretenimiento con formato preestablecido, pero de producción nacional. Aún continúa divirtiéndose con sus concursos, entrevistas y reportajes.

1999 "Aquí entre nos", transmitía programación de entretenimiento familiar, con Mónica Sarmientos y Jorge Ramírez.

1999 a la fecha "En la mira con cariño", programa que incluye bromas en los diferentes puntos de la ciudad.

"Moralejas" programa cómico y de reflexión conducido por Jimmy y Sammy Morales.

2000 "La Feria de la Alegría" programa de concursos y parodias para todo público, se terminó de transmitir al año por falta de financiamiento.

"Tele Deportes", en él se transmite información de carácter deportivo.

La televisión se ha convertido hoy por hoy en uno de los medios de comunicación más importantes desplazando a los periódicos y a la radio, pues incorpora imágenes y sonido, lo cual atrae a los espectadores. A continuación se enumeran algunas de las funciones que la televisión ejerce en la sociedad.

1.4 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO

Según Enciclopedia Deusto (1990 p. 267) la televisión ha sido el medio de comunicación con mayor crecimiento de todos los existentes. En muy pocos años, ha conseguido una gran implantación, y los avances tecnológicos hacen esperar nuevas formas de utilización y mayores posibilidades de este medio, que es considerado, en la actualidad, como el medio "rey". La televisión se ha hecho imprescindible en casi la totalidad de los hogares, independientemente de las características socioeconómicas de éstos.

Como medio de comunicación es el más completo, pues a la imagen, sonido y color incorpora el movimiento. Está, por tanto, capacitado para acciones de tipo "demostración", y en este aspecto se asemeja mucho a la situación de contacto directo entre emisor y receptor, entre vendedor y comprador. La utilización de la voz humana y de todo tipo de efectos especiales personaliza el mensaje y lo hace íntimo, directo y convincente.

A pesar de su amplia cobertura, la televisión debe ser tratada como un medio continuo, es decir, pensando en una sola persona receptora del mensaje.

1.5 LA TELEVISIÓN COMO ENTRETENIMIENTO Y FUERZA CULTURAL

Según Vankenburgh (1973 p. 1.2) el claro valor de entretenimiento que puede proporcionar esta nueva maravilla de la electrónica, hubiese parecido hace solamente un cuarto de siglo, casi fabuloso. Mediante la acción de un interruptor, artistas de toda clase, hombres y mujeres reciben los salarios más altos del mundo de la diversión, pueden aparecer casi físicamente en la comodidad de su propia sala para ofrecer lo que equivale a una representación privada en todo hogar de la tierra.

Se puede disfrutar de manera similar de eventos que se realizan a cientos de millas de distancia, a menudo en el preciso instante en que están realizándose. Agréguese música y drama que se presenta, espectáculos y revistas, de pláticas serias y de concursos no tan serios, de transmisiones de noticias, conciertos sinfónicos y concursos de baile, de políticos, de cantantes populares, científicos, clérigos y celebridades, etcétera, que realmente el precio de un televisor no se compara con lo que representa.

Sin embargo, junto con el poder de entretener o de divertir, va también el poder de influir. Por lo tanto, el poder mágico de la televisión lleva consigo una gran responsabilidad. Porque aun cuando divierte, no puede sino ampliar los intereses culturales de millones de espectadores.

1.6 LA TELEVISIÓN EN LA EDUCACIÓN, LA MEDICINA Y LA INDUSTRIA

En la educación, en la medicina y en la industria, la televisión tiene ya importantes aplicaciones; sin embargo, todavía tiene mucho mayores posibilidades.

Actualmente ya se transmiten a las escuelas lecciones sobre temas especializados. Podría lograrse una enorme economía de potencia mental (y posiblemente un mejoramiento en la enseñanza total) si se

podiera enseñar cursos completos a millares de estudiantes, por un solo experto que apareciera a horas preestablecidas por la televisión.

En la medicina, muchos de los nuestros hospitales-escuela, utilizan actualmente cámaras de televisión para tomar una imagen continua en "close-up" de las manos de un cirujano experimentado trabajando en una operación.

En la industria, ya se usa mucho la televisión y lo será más todavía. Con sus impulsos de sonido e imagen distribuidos en un "circuito cerrado" por línea física más que a través de aire, ejecutivos que se encuentran físicamente separados en un negocio grande, pueden tener conferencias cara a cara, sin que se pierda la privacidad o sin perder tiempo viajando de un lugar a otro.

1.7 EL FUTURO DE LA TELEVISIÓN

Según Enciclopedia Deusto (1990 p. 282) la utilización de la televisión en el hogar va a verse transformada debido a los avances tecnológicos que se están produciendo constantemente. La pantalla del televisor ya se está empleando para diferentes usos, pues con la utilización que le es propia comparte los video-juegos, ordenador personal, teletexto, videotexto, internet, etcétera.

De un aparato cuyo uso por parte de los telespectadores era eminentemente pasivo, se está evolucionando a un medio interactivo con amplias posibilidades en distintos campos: comercial, educativo, informativo, ocio y, evidentemente, publicitario.

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO 2 PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN TÉCNICAS

Respecto a producción televisiva existe una infinidad de técnicas que es importante conocer para realizar un programa de calidad en todos los sentidos, es vital tomar en cuenta lo que los expertos en esta materia opinan.

2.1 EL ESTUDIO DE TELEVISIÓN

Mendoza (1980 p. 43) dice: "En este recinto se desarrolla la actividad que da lugar a los programas vivos y grabados, de una emisora de televisión. Como elemento integrado a una técnica, muchas veces sofisticadas, el estudio mantiene un personal y equipo técnico calificado.

En principio un estudio deberá tener cierta área mínima, quizá lo suficiente para producir un programa que lleve por lo menos dos set. La altura es importante pues el mayor porcentaje de iluminación va colocada en la parte superior, es decir en el cielo falso.

Millerson (1989 p. 15) dice: Al traspasar las puertas de la entrada insonorizadas, el estudio de televisión vacío tiene una complejidad extraña e inhóspita. Se puede ver una superficie de suelo uniforme con los equipos sin vida amontonados en un rincón. Las paredes acústicamente aisladas y salpicadas de conexiones técnicas. El techo lleno de lámparas. Todo tiene un silencio impersonal de almacén desierto.

Coloquemos el decorado, encendamos los focos para contrastar luces y sombras... y el ambiente se transformará de un modo sorprendente. Un sentido de actividad asociado a una mágica tensión dominará al igual a personal del estudio.

2.1.1 El control de realización del estudio y el equipo de trabajo

Millerson (1989 p. 19) dice: Aquí, el realizador y personal especializado controlan la producción. Existen dos tipos fundamentales de controles de realización: de "disposición de sala común" en que todo el equipo necesario se reúne en la misma sala, y de "disposición seccionalizada" en el que la sala se encuentra dividida en varias partes.

Cada uno de estos tipos tiene sus ventajas e inconvenientes:

DISPOSICIÓN EN SALA COMÚN. En los distintos niveles de complejidad que se dan, lo que caracteriza a esta disposición es que todos los que se responsabilizan de la producción del programa trabajan en una gran sala: el realizador, su ayudante (que atiende el control de tiempos, selección de tomas e indicaciones para empezar), el mezclador (mezcla de imágenes), el responsable técnico del programa y el ingeniero de sonido. En ocasiones, el ingeniero de control de video puede encontrarse en esta sala. Como puede verse las funciones, títulos y nombres varían considerablemente.

El pupitre de control está situado frente a una hilera de monitores de imagen. En las posiciones "previas" se visionan imágenes de las diversas fuentes de video: cámara, magnetoscopio, diapositivas y fuentes remotas. Se puede seleccionar cualquier señal para conmutarla o no a la salida del programa.

La atención del realizador se reparte entre los monitores de canales de entrada, la imagen seleccionada cuya información se controla en el monitor de salida y el programa de sonido que se sigue en un altavoz cercano. Mediante auriculares, el realizador da las instrucciones a su equipo, avisándole sobre la acción que va a producirse, opinando, guiando, explicando y coordinando las distintas colaboraciones requeridas.

Todos los miembros del equipo mantienen una intercomunicación común; esto hace que se produzcan conversaciones e intercambios

cuando los participantes escuchan las instrucciones de los demás.

Para realizar simples conmutaciones de video, el realizador puede manejar el mezclador de imágenes con los mandos a distancia. Pero las operaciones más complejas exigen la destreza operativa de un especialista en mezcla (mezclador), función que también suele realizar el responsable técnico del programa, permitiendo al realizador concentrarse en los otros muchos aspectos del programa.

Las funciones del responsable técnico del programa pueden variar según el tipo de organización. Su trabajo consiste en revisar la puesta en escena y su tratamiento, pudiendo a veces hacer la labor de mezclador. Además, tiene la misión de supervisar técnicamente el programa en cuestiones tales como la sucesión de efectos, control y comprobación de las tomas, disponibilidad de recursos y control de calidad.

En el último puesto de la mesa se sitúa el especialista de sonido (técnico de sonido). Que maneja y opera la mesa de mezcla de audio y otras fuentes de sonido.

Según el programa y su organización se puede incluir a otros especialistas implicados directamente en la producción:

- El escenógrafo, responsable del tratamiento escénico.
- El técnico de iluminación, que opera el pupitre de conmutación de fuentes luminosas.
- El realizador, redactores, guionistas, patrocinadores...
- El técnico de video, controla la calidad de las imágenes, dirige y ajusta continuamente el equipo de video, ya sea en la sala de control de realización o desde una sala técnica aparte (sala de equipos).

DISPOSICIÓN SECCIONALIZADA. La sala de control se divide en áreas separadas:

- Control de realización, ocupada por el realizador, el ayudante, el

mezclador y el técnico responsable de programa.

- Control de sonido, en el que se lleva a cabo la operación, control y coordinación del audio.
- Control de imagen, en el que se controla la calidad de la imagen (video) y se opera por control remoto la iluminación.

2.2 LA CÁMARA

Según Millerson (1989 p. 33) aunque la cámara genere imagen de televisión en blanco y negro o en color; aunque sea manual o acoplable a una grúa gigante, los principios básicos de manejo son siempre los mismos.

2.2.1 El Objetivo

El objetivo de la cámara se compone de una serie de lentes independientes, a las que llamamos "elementos", dispuestos en un tambor tubular. Estos elementos se han diseñado y combinado cuidadosamente para conseguir un resultado global óptimo, minimizando a la vez varios defectos ópticos inherentes al sistema, que llamamos "aberraciones". El objetivo así concebido enfoca una pequeña imagen nítida de la escena sobre el tubo de cámara.

Existen dos tipos básicos de lente: lente de distancia focal fija y la de distancia focal variable o lente de zoom. La lente de distancia focal fija es apropiada para la mayoría de las cámaras fotográficas, para películas y cámaras sencillas de televisión. La lente de distancia focal fija, en la que el foco y la abertura de la lente son regulables, está diseñada para abarcar parte de la escena, lo que se conoce como ángulo de visión o ángulo de la lente. Por otra parte, la lente de zoom puede abarcar un espacio más o menos variable.

Las sensaciones de distancia, espacio y tamaño que transmite la imagen están relacionadas con el ángulo de visión de la lente utilizada. Mientras una lente "normal" o "standard" puede reproducir o mostrar una imagen de proporciones bastante naturales, otros ángulos de la lente pueden modificar la perspectiva lograda. Mientras el objetivo de

ángulo grande (foco corto) exagera la sensación de distancia, el de ángulo estrecho (foco largo) la acorta.

2.2.2 Sensibilidad del tubo de cámara

Todas las cámaras de televisión necesitan un nivel mínimo de luz para producir imágenes claras y definidas con una buena gradación tonal. La intensidad luminosa necesaria depende de la sensibilidad que tiene el tubo de cámara de los tonos escénicos, del efecto ambiental deseado y de la profundidad de campo apropiada (por tanto del diafragma).

2.2.3 Normas básicas para el manejo de la cámara

- Piloto de señalización "en el aire". Vigilar el encendido / apagado de este piloto. No cambiar el encuadre (o elimine imagen) hasta que la luz no está apagada.
- Postura. Evitar posturas tensas, así como agarrar los mandos con demasiada fuerza.
- Visor. Asegúrese de que está colocado en un ángulo cómodo y de que no está difuso el exceso de luz. Asegurarse de una imagen enfocada y luminosa.
- Ángulo del lente. Cuidar el ángulo del objetivo (distancia focal).
- Verificación de la toma. Asegurar el enfoque del objeto y una profundidad de campo suficiente.

2.3 COMPOSICIÓN DE LA IMAGEN

Millerson (1989 p. 93) dice: Un estudio de la composición ayuda a crear imágenes atractivas y con significado, que capten la atención de la audiencia e influyan sobre su manera de sentir. Realmente hay tres formas básicas de hacer un encuadre en fotografía:

2.3.1 Composición por diseño

Esta se da cuando se tiene entera libertad para componer la imagen. Es como el pintor que al acercarse al lienzo aún vacío puede elegir el dibujo, el tono y el color que quiera sin preocuparse de la exactitud o la

fidelidad. Las limitaciones físicas son mínimas e inherentes al medio. Este tipo de trabajo sirve especialmente cuando se hace un montaje.

2.3.2 Composición por disposición

Se da cuando se pueden colocar deliberadamente los objetivos ante la cámara para producir un resultado con sentido atrayente. Un decorador realiza esto mediante decoración de un escenario, colocando muebles, flores y adornos de forma tal que la disposición sea la apropiada.

2.3.3 Composición por selección

Esta es la situación con la que se encuentran la mayoría de las cámaras. La cámara se coloca en un cierto ángulo elegido por el realizador y se compone el plano utilizando los objetos que realmente se encuentran en escena, a fin de mostrar el sujeto principal de la forma más efectiva.

Se puede mover la cámara en tres dimensiones para seleccionar los componentes visuales. Se ajusta el tamaño del plano, la altura de la cámara, la posición a izquierda/derecha para un buen encuadre y según proceda se opera el enfoque.

2.3.4 El equilibrio de la imagen

En general se debe tender a producir composiciones equilibradas. No el equilibrio de la igualdad y la simetría formal, que no es interesante, sino una imagen con equilibrio.

El equilibrio está afectado por:

El tamaño de un sujeto dentro del encuadre

Su contraste

Su posición dentro del encuadre

La interrelación de los objetos en la toma.

El equilibrio de imagen es en gran medida una cuestión intuitiva. De

cuando en cuando, el uso de composiciones deliberadamente desequilibradas resulta interesante; sin embargo deberán usarse sobriamente.

2.4 EL GUIÓN

2.4.1 Programas con guión semiplanificado

Millerson (1989 p. 391) dice: En los programas de debates, entrevistas, variedades, exhibiciones, etcétera, es normal utilizar un esbozo de guión. Este tipo de guión incluye una lista de los actores, elementos o instalaciones, gráficos, diapositivas e insertos filmados de TV (identificando secciones y tiempos). El diálogo está marcado solamente en detalle para la presentación del programa y los comentarios en relación con las frases que sirven de referencia para intercalar insertos, cortes de montaje o nuevas posiciones de cámara.

2.4.2 Programas con guión planificado por entero

En este caso el desarrollo del guión incluye diversas fases:

- Guión preliminar, boceto, esquema general, guión literario. Guión inicial completo (diálogos y acción) antes de la edición del guión definitivo.
- Guión para ensayos. El preparado para TV y utilizado en los ensayos previos, anteriores a la entrada en el estudio. Detalla los lugares (decorados) los tipos, la acción, instrucciones para los actores, diálogos, etcétera.
- Guión de cámara. Guión revisado para los ensayos de cámara, ampliado con detalles del proceso de realización del programa: cámaras y sonido, notas de aviso, transiciones, instrucciones para las escenas, cambios de decorado.

El guión definitivo no es, como algunos creen, un documento que obliga a todos a un plan de actuación estricto. Puede modificarse cuando surja la necesidad. Sencillamente informa de lo previsto en cada momento de la realización.

2.5 LA ESCENOGRAFÍA

Kanitz (1965 p. 28) señala algunos lineamientos importantes de observar en la escenografía para televisión.

2.5.1 Requerimientos de escenografía en televisión

Debe crear ilusión: tanto en televisión como en teatro y en cine el decorado puede considerarse la tarjeta de presentación de la obra, ya que con él tiene su primer contacto el espectador y desde allí orienta su expectativa hacia el acontecer inmediato. El decorado debe crear ilusión de la realidad.

- Síntesis: es conveniente no recargar el decorado, salvo en circunstancias en que el libreto o guión lo exijan, como en el caso de proyectarse un ambiente victoriano.
- La ilusión: es un requerimiento artístico y la síntesis es un requerimiento artístico y material.
- El decorado debe ser: liviano y desmontable. Ambas necesidades se explican por sí mismas.

2.5.2 Organización básica

Millerson (1989 p. 193) apunta varios elementos a tomar en cuenta en la organización de la escenografía.

- Plano del estudio. El primer elemento necesario para un buen trabajo de escenografía es un plano del estudio a escala, que muestre la disposición permanente, proporción y distribución de los escenarios, así como los accesos, suministros técnicos, cicloramas, almacenes, etcétera.
- Plano del escenario (planta, suelos y decorados). La planificación aproximada de la disposición escenográfica se inicia elaborando un esquema a escala de la situación posible de los decorados, incluyendo detalles principales como ventanas, puertas, escaleras, etcétera.

- Plano de distribución de cámaras (planificación de la realización). La importancia del plano del escenario o planta de los decorados en estudio queda clara, cuando se piensa que para la planificación minuciosa de una realización compleja, el realizador lo utilizará en el cálculo de las tomas y posicionando las cámaras.
- Esquema de iluminación. El técnico de iluminación superpone al plano del estudio un plano transparente de iluminación en el que se indican las lámparas, los puntos de suspensión, baterías, carriles, puntos de conexión, etcétera.
- Mobiliario / esquema de atrezzo. Una serie de planos a gran escala pueden indicar la disposición de todos los elementos de la escena (mobiliario, cortinajes, etcétera), así como accesorios principales enumerados en la lista de atrezzo.
- Alzados. Al mismo tiempo que el plano del decorado, y a la misma escala, los alzados proporcionan una visión lateral a escala del detalle de la superficie, tratamiento y dimensión de todos los planos verticales (paredes, puertas, ventanas, columnas, etcétera). Estos no sólo ayudan a la construcción y decoración, sino a que se imagine la visión tridimensional de la escenografía en el estudio.
- El ciclorama. Como fondo o forillo de usos generales que se usa incluso en los estudios más pequeños y modestos. El ciclorama es una tela lisa que se cuelga; se estira normalmente colgando pesas y se le aplica un listón de madera o tubo en el marco inferior, para eliminar arrugas.

2.6 EL AUDIO

Méndez (2001 p. 40) define al respecto: "El audio es el complemento perfecto de las imágenes, en toda producción radial o televisiva, juega un papel importante, pues de él depende la comprensión total de las producciones puestas al aire, es el escenario perfecto de la imaginación y de la comprensión de los mensajes que se transmiten a través de un canal, mediante un determinado código, hacia un público objetivo".

2.6.1 Los micrófonos

“Para una recepción óptima del audio es importante la implementación de micrófonos para la reproducción del sonido, sin ellos no es posible transportar a la pantalla de televisión una buena audición y de esta forma complementar la imagen proyectada” según Méndez (2001 p. 41).

2.6.2 Características de los micrófonos

Millerson (1989 p. 239) dice: Antes de usar un micrófono deben conocerse sus principales características. Las más importantes son:

- Propiedades físicas. El tamaño es importante cuando los micrófonos aparecen en la imagen.
- Calidad del sonido. El micrófono debe cubrir uniformemente todo el espectro de audio y tener buena respuesta, con una fidelidad impecable.
- Sensibilidad y direccionalidad. La sensibilidad está determinada por la amplitud de la señal de audio que produce, para un volumen de sonido determinado (presión sonora). La direccionalidad de un micrófono se refiere simplemente a su diagrama de sensibilidad espacial, es decir, que a veces se necesita una respuesta igual para todas las direcciones.

2.7 LA ILUMINACIÓN

Millerson (1989 p. 153) dice: la iluminación influye directamente en la interpretación y reacción del espectador de televisión. Puede modificar sus ideas sobre tamaño, forma y distancia; esto difiere notablemente del impacto pictórico y ambiental.

La iluminación puede resaltar la forma o suprimirla. Puede atraer la atención a la textura o disimular su existencia. Un ambiente iluminado de manera poco corriente puede aparecer excitante, misterioso, o aburrido, soso y sin carácter. Por lo tanto, la iluminación no sólo permite “ver” a la cámara, sino que es el factor más importante de control de las reacciones de la audiencia.

2.7.1 Arreglo básico de iluminación

Hersh (1998 p. 97) dice: la iluminación usa un arreglo básico de tres lámparas. Una lámpara, la fuente de iluminación, se llama Luz Principal normalmente se coloca en un ángulo de 45 grados enfrente y a un lado del sujeto. Como una sola fuente de luz crea sombras fuertes, una segunda lámpara, llamada luz de relleno, se coloca en un ángulo de 90 grados de la primera lámpara (en un ángulo de 45 grados al otro lado del sujeto). Esta lámpara se usa para atenuar las sombras y crear una sensación de volumen en el sujeto. La tercera lámpara es una luz trasera que se coloca directamente a espaldas y encima del sujeto para separarle del fondo y se llama luz de contraste.

2.7.2 Control de iluminación

Méndez (2001 p. 48) señala: el control de iluminación consta de un panel de monitores y de un pupitre de control propiamente dicho. En los monitores se visualizan las imágenes de distintas cámaras del estudio.

Desde el panel de control, individualmente y por cada uno de los puntos de luz, se puede variar la tensión aplicada a cada fuente mediante reguladores que permiten la graduación desde la plena intensidad luminosa hasta la extinción total.

Un teclado permite seleccionar cada fuente por separado, integrar varias fuentes en un grupo, programar tiempo de encendido y de difundido, grabar la información en las memorias, restituir la información grabada y, si hace falta modificarla y hacer operacional el estado luminoso seleccionado.

2.8 EL MAQUILLAJE

El maquillaje para las personas que trabajan en televisión es necesario

porque debido a la cantidad de luces que se utilizan en un estudio hacen ver pálido el rostro del presentador. El maquillaje acentúa las facciones y hace ver con mejor aspecto a quien lo utiliza.

El maquillaje para televisión adopta tres formas asevera Millerson (1989 p. 225), y estos son:

2.8.1 Maquillaje natural. Es un tratamiento básico compensatorio que proporciona equilibrio de tono en la imagen oscureciendo los tonos pálidos y aclarando los tonos morenos de la piel. Refuerza los labios y cejas y compensa el tono azulado de las barbas e introduce un efecto de claridad en los ojos hundidos.

2.8.2 Maquillaje corrector. Procura reducir las características faciales menos agradables, al mismo tiempo que realza las partes más atractivas. El procedimiento varía desde ligeras modificaciones de labios, ojos y nariz, hasta grandes arreglos de piel, orejas prominentes o disimulación de calvicie.

2.8.3 Maquillaje de Caracterización. El énfasis se pone en el personaje específico o tipo que el actor está representando. El sujeto puede transformarse totalmente mediante cambios de forma de modelado, de peinado, etcétera.

2.8.4 Factores que influyen en el maquillaje.

Aparte de las consideraciones artísticas, muchos factores afectan al tratamiento del maquillaje:

- La iluminación -intensidad, equilibrio, dirección, etcétera.
- El decorado -contrastes relativos cara/fondo-
- El ajuste de video (control de imagen) -exposición, gamma, nivel de negro, equilibrio de color.

2.9 LA PRODUCCIÓN

Millerson (1989 p. 338) dice: El arte de la televisión no es específico y cambia considerablemente según el tipo de producción. Mientras que

la producción de un drama puede beneficiarse de una planificación plano-a-plano, una emisión deportiva en directo se basa en la facultad de anticiparse y conmutar a tiempo las cámaras según sus posiciones estratégicas.

2.9.1 Importancia de la producción

En algunos programas, entrevistas, el tratamiento escénico y de producción de los fondos puede ser sencillo, mientras que en otros espectáculos, los fondos juegan un papel importante de soporte para la acción. El tratamiento mediante cámara y sonido, puede encaminarse hacia un estilo de interpretación de reportaje dramático.

Así como muchas producciones tienen una realización relativamente libre, suelta, otras precisan una división regulada del tiempo con insertos, cuidadosamente intercalados, procedentes de sucesos actuales que ocurren en el momento, o bien grabados en cinta o filmados con anterioridad. Algunas producciones se centran en la acción, otras en la reacción. El diálogo puede ser parte fundamental o solamente accesorio, complementario.

2.9.2 Producción en exteriores

Fuera del estudio, las facilidades de cobertura, de actuación y tratamiento son generalmente limitadas. Las considerables áreas a cubrir y las distancias que con frecuencia traen consigo las localizaciones, así como la limitación de equipos y los problemas ambientales, influyen en las posibilidades de producción y su rendimiento. Las cámaras ligeras proporcionan movilidad, pero diversos problemas inherentes como acústica del local, ruidos ajenos, condiciones meteorológicas, variaciones de iluminación, continuidad, etcétera, pueden condicionar el tratamiento.

2.9.3 Metodología de la producción

Millerson (1989 p. 340) señala: no existe una metodología estándar correcta de presentar los temas. La mayoría de realizadores se han

esforzado en ello durante años. Pero desde luego si se utiliza un método poco apropiado, la audiencia probablemente quede confundida, distraída, molesta, o sencillamente pierda interés.

Lo apropiado, es una cuestión que depende de las costumbres, las modas, las conveniencias, las reglas. Algunos casos a continuación:

- Situaciones informales. Son las que ocurren en el entorno natural: el artesano en su taller, la tertulia hogareña, la entrevista mientras se pasea en el campo.
- Situaciones formales. Son las que siguen una forma artificial y estilizada: asientos cuidadosamente colocados, mesas de despacho.

Millerson (1989 p. 338) dice: El arte de la televisión no es específico y cambia considerablemente según el tipo de producción. Mientras que la producción de un drama puede beneficiarse de una planificación plano-a-plano, una emisión deportiva en directo se basa en la facultad de anticiparse y conmutar a tiempo las cámaras según sus posiciones estratégicas.

2.10 APUNTADORES Y PASA DIÁLOGOS

Son pocos los actores y presentadores de quienes se puede esperar que se aprendan en su totalidad un guión y lo reciten a una velocidad uniforme. Incluso los que poseen más experiencia pueden variar el texto del guión, olvidarse o saltarse líneas. Aunque un apunte verbal en voz baja puede ser suficiente (quizás utilizando un sistema para silenciar temporalmente al micrófono) por lo general, son necesarios métodos mucho más sofisticados.

Millerson (1989 p. 420) dice: Corrientemente se utilizan dos formas de apuntar:

2.10.1 Notas recordatorias. Son ayudas a la memoria que proporcionan datos, encabezamiento de temas o tipo de programas.

2.10.2 Referencias continuas. Como teleprompters.

2.11 LA EDICIÓN

Millerson (1989 p. 125) respecto a la edición dice: a nivel puramente práctico, mediante la edición se puede crear una suave sucesión de imágenes. Se pueden eliminar momentos que no tienen trascendencia, o que pueden ser motivo de distracción, o que tengan errores. Se puede acortar o alargar la duración de la acción.

En términos puramente mecánicos la edición se relaciona con:

- El instante que se elige para el cambio de una toma a otra (el punto de corte)
- La forma en que se hace dicho cambio (corte, mezcla, etcétera) y la velocidad de esta transición
- El orden de las tomas (secuencia), y su duración (ritmo de corte).
- Mantenimiento de una buena continuidad de video y audio.

Méndez (2001 p. 61) señala: la edición es parte integral de la posproducción en televisión. Mediante este procedimiento se pueden seleccionar las imágenes de una matriz y colocarlas en un master, así como manipular por separado el video y el audio.

En el mundo de la televisión existen varios formatos de cinta de video que hacen posible grabar las diversas imágenes, mediante una cámara de televisión, entre las cuales se encuentran: De uso casero o no profesional, VHS, semiprofesional Super VHS y Hi 8 digital y profesional, Betacam, Betacam SP, Hi Definición, DVC Pro, DVC Pro 25, 50.

Existen dos formas de editar: Ensamble y/o Insert.

Ensamble: una de las ventajas de ensamble es que graba y borra según sea la necesidad audio y video simultáneamente. La desventaja es que no permite la manipulación por separado de audio y video.

Insert: permite la manipulación de audio y video por separado, lo que amplía las posibilidades de edición. Su desventaja es que no limpia el videocassette.

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO 3 PROGRAMAS GASTRONÓMICOS DE TELEVISIÓN

Últimamente los programas gastronómicos han tenido un considerable auge a nivel mundial, a continuación conoceremos algunos programas y segmentos dedicados a la cocina que transmiten canales de televisión nacional o a través de canales vía cable, para lo cual se consultó internet y directamente haciendo un monitoreo de los mismos.

3.1 PROGRAMAS GASTRONÓMICOS QUE SE TRANSMITEN EN TELEVISIÓN POR CABLE.

Existen varios canales de televisión que transmiten vía cable una serie de programas gastronómicos, los cuales se describen a continuación.

3.1.1 Canal Casa Club TV

Este canal fue fundado en julio de 1997 y operado por MGM Networks Latin America LLC, es el primer canal regional en latinoamérica dedicado a mejorar el hogar y el estilo de vida. Transmite 24 horas diarias de programas en español y en portugués. Este canal tiene un horario especial de mañana para sus programas de cocina.

- **PROGRAMA A LAS BRASAS.**

Este programa es presentado por el chef argentino Carlos Yañes, es una invitación a cocinar a la parrilla de forma más saludable, más creativa, con un mayor conocimiento de los alimentos y de la forma en que se preparan, pero sobre todo, con una conciencia más plena del placer que produce cocinar al aire libre para los amigos y la familia.

Carlos Yañes es un chef argentino de gran prestigio en restaurantes del sur de Miami. Se hace acompañar mientras presenta el programa del repertorio clásico para guitarra, de su amigo Juan Areco.

- **PROGRAMA COOK LIKE A CHEF**

Enseña el secreto de cómo se debe cocinar en vez de qué cocinar. En cada episodio el chef se centra en un tema específico, como el asado, confección de salsas o un alimento en particular y como se pueden utilizar en diferentes platos.

Reúne este programa a seis de los mejores chefs de Canadá, siendo ellos: Michael Allemeier, Ned Bell, Michael Bonacini, Michael Cummings, Tim Roberts y Elizabeth Manville, quienes hacen derroche de talento mostrando los secretos de la cocina gourmet.

- **PROGRAMA COOKING FOR LOVE**

Este programa es el resultado de una mezcla de recetas excepcionales, aromas tentadores, gustos cautivadores y amor a primera vista. Es un programa de "buscando pareja" con un significado diferente ya que como dice el refrán "el amor entra por la cocina", este programa trata de buscar parejas con talento culinario y algo más.

Es presentado por Thea Andrews, quien tiene una gran personalidad y sentido del humor. Mientras los chefs participantes cortan, mezclan y baten, también responden a preguntas sobre temas de amor, de la vida, y la comida formuladas por el invitado del día, quien aún sin conocer a su futura pareja, la selecciona tras probar los platos elaborados por éstos.

- **PROGRAMA CUCINA AMORE**

Bajo la conducción del chef Nick Stellino, Cucina Amore es un programa dedicado a la cocina italiana y a los valores de la buena mesa, la tradición y la familia. Su amor por la cocina y la tradición, presentando recetas culinarias que se remontan a la época de sus abuelas en Italia, Nick entrelaza los platos tradicionales con simplicidad, destacando el concepto de que la hora de la comida es

sagrada y digna de compartir con toda la familia.

Nick Stellino es un chef internacional, natural de Palermo, Italia. Desde niño sintió atracción por la cocina y dedicó su tiempo a aprender los secretos de las recetas familiares.

- PROGRAMA EL FOGÓN

Presentado por el chef Iñigo Pérez, este programa de cocina tradicional española que mezcla el buen humor con los consejos para escoger los mejores alimentos de la temporada, la preparación de recetas sencillas y la forma de elegir un buen vino para acompañar cada plato. Cualquiera que sea el plato, Iñigo le enseña de todo, desde cómo escoger las verduras y la carne, hasta cómo cortar los ingredientes, preparar las salsas y servir los postres, mientras le hace reír con sus anécdotas y ocurrencias.

Iñigo Pérez es natural de España, chef internacional, jefe de cocina del restaurante "El Amparo". Tiene amplia experiencia en cocina y televisión.

3.1.2 Canal Discovery Channel

Es un canal de televisión con más de 14 años en el mercado. Pertenece al corporativo Discovery Communications Inc, del cual dependen también canales como: Discovery Kids, Animal Planet, People & Arts, Discovery Health y Travel & Adventure.

Discovery presenta los últimos avances y descubrimientos sobre naturaleza, medicina, ciencia, tecnología, expediciones, etcétera y cuenta con varios programas de cocina, que van desde los más exquisitos platillos con el característico sabor latino hasta la cocina italiana.

- PROGRAMA COCINA CON CLASE MUNDIAL

Es un programa donde se presentan los más variados platillos de

diferentes países del mundo. Se destacan los deliciosos sabores y exquisitos postres de diferentes nacionalidades.

- **LOS SABORES DE ITALIA**

Presenta los platillos de las diferentes provincias de Italia, enseñando al público la fácil preparación de cada plato y acentuando el sabor delicioso de la comida italiana.

- **PROGRAMA COCINA ITALIANA DE BIBA**

Presenta el toque especial de la comida italiana, postres y demás delicias de la comida italiana con el toque especial del chef Biba, quien es experto en preparación de comidas.

- **BUEN PROVECHO**

Muestra como fácilmente y sin gastar demasiado se pueden hacer exquisitos platillos naturales con verduras y frutas de la temporada. Sin faltar los deliciosos postres y bebidas, con exquisito sabor latino.

3.2 SEGMENTOS DE COCINA QUE SE TRANSMITEN EN PROGRAMAS DE TELEVISIÓN POR CABLE

3.2.1 Canal 2 "El canal de las estrellas"

Este canal transmite principalmente programas de producción mexicana como: espectáculos, noticieros, telenovelas y programas de entretenimiento para la familia.

- **PROGRAMA HOY**

Es una producción mexicana matutina con varios años al aire, es conducido por Alfredo Adame y Gloria Calzada y presenta un resumen de novelas, reportajes musicales entrevistas y un segmento de cocina patrocinado por una marca de electrodomésticos, en este un chef representante de dicha marca enseña a los televidentes a cocinar y por supuesto a utilizar los aparatos que promociona.

- **PROGRAMA VIDA TV**

Conducido por Galilea Montijo, Héctor Sandarti, Lili Brillanti, es una revista de entretenimiento, en la que se conjugan alegría, humor y diversión. Tiene una variedad de secciones: Moda, cocina, belleza, temas esotéricos, astrología, magia, ejercicios, concursos y premios en efectivo.

SEGMENTO DE COCINA. Con dos horas y media de duración este programa es el plato fuerte de la familia mexicana a la hora de la comida, con las ocurrencias de destacados comediantes se preparan los deliciosos platillos que se elaboran en un set especial de cocina, completamente en vivo.

3.2.2 Canal Azteca 13

Este canal transmite programas de entretenimiento y espectáculos, noticieros, deportes, telenovelas, etcétera.

- **PROGRAMA CON SELLO DE MUJER**

Es un programa tipo revista que contiene infinidad de segmentos tales como: asesoría legal, consejos, manualidades, cocina, plantas y flores, etcétera.

SEGMENTO DE COCINA. En este segmento los chefs invitados presentan diferentes recetas fáciles y sencillas de preparar, haciendo las delicias del público.

3.3 SEGMENTOS DE COCINA QUE SE TRANSMITEN EN PROGRAMAS DE TELEVISIÓN NACIONAL

3.3.1 Canal 7

Es un canal nacional, que transmite programación muy variada desde series de acción, películas, telenovelas, noticieros y programas deportivos.

- **PROGRAMA NUESTRO MUNDO**

Coordinado por la Licenciada Sandra Gálvez. Es un programa de entretenimiento para toda la familia, presenta una serie de segmentos muy variados: aeróbicos, moda, estado del tiempo, entrevistas, reportajes, consejos legales, resumen noticioso, salud y belleza, horóscopo, entre otros.

Este programa educa, orienta y entretiene a jóvenes y adultos, hombres y mujeres, ya que a través de sus segmentos el público puede llamar al canal y resolver sus dudas respecto a diversos temas de interés general (dudas legales, de medicina, veterinaria, etcétera).

SEGMENTO DE COCINA. Nuestro Mundo presenta un segmento especial llamado Loncheras Nutritivas, donde se presentan recetas de cocina para elaborar refacciones nutritivas que los niños pueden llevar al colegio.

3.3.2 Canal 3

Transmite programas de acción, películas, telenovelas, noticieros y programas de discusión.

- **PROGRAMA ALO QUE TAL AMÉRICA**

Producido por la Licenciada Anahí Keller, Alo Que Tal América es un programa de concursos, reportajes, entrevistas, artistas nacionales e internacionales, donde el público que son principalmente amas de casa participa activamente, pues los premios son muy atractivos.

SEGMENTO DE COCINA. Cuenta con dos segmentos de cocina: 1. Cocina fácil, segmento en el cual una de las conductoras presenta recetas de rápida preparación, patrocinado por una marca de aceite. 2. Cocinando con los famosos, segmento cortesía de una marca de margarina, presenta a un artista que participa en la preparación de la receta de la semana.

3.3.3 Canal 27

Es un canal de corte cristiano, que transmite programas religiosos evangélicos dirigidos a niños, jóvenes y adultos. También presenta películas de acción, científicas y documentales, entre otros.

- PROGRAMA BUEN DÍA

Este programa es muy ameno, conducido por Lili de Cáceres, presenta entrevistas, concursos, musicales cristianos, segmento de origami, consejos diversos de nutrición, psicológicos, etcétera y por supuesto uno de cocina.

SEGMENTO DE COCINA: La chef profesional Águeda así como sus invitadas que saben del arte culinario presentan recetas variadas de comida nacional y de fácil preparación. En este segmento se presentan eventualmente cantantes cristianos en vivo que hacen más amena la preparación de los alimentos.

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO 4 PROGRAMA "COCINA SAL Y PIMIENTA"

4.1 ANTECEDENTES

Según la Licenciada Sandra Gálvez (Productora del programa "Nuestro Mundo" entrevista) el programa "La cocina de don Fede" fue uno de los primeros intentos por producir un programa de cocina en la televisión nacional.

Inmerso en el contenido del recién estrenado programa Nuestro Mundo, funcionó por varios años hasta el fallecimiento del conductor don Federico Sandoval.

Posteriormente se intentó con "La cocina de Rita" que siendo el mismo segmento (de la misma línea) no tuvo el éxito ni la proyección de la cocina de don Fede, por lo que la señora que conducía el programa optó por retirarse.

Pero la inquietud del Ingeniero Carlos Álvarez gerente de producción en esa época, persistió y contando con el apoyo de su jefe inmediato, propuso un casting en donde participaron cinco chefs, que en ese momento se presentaban en el Festival Gastronómico. La elección la hizo el mismo Ingeniero Álvarez con el apoyo de personal de producción en donde también trabajaba la Licenciada Gálvez.

Una vez elegido el conductor se procedió a decorar el set adecuado y el 4 de junio de 1996 se realizó el lanzamiento del programa "Cocina sal y pimienta" conducido por el Chef Luis Del Cid.

4.2 CONTENIDO DEL PROGRAMA

Aunque el sentido del programa consiste en comunicar el procedimiento para preparar diferentes platillos, también se enriquece con comentarios acerca de la vida cultural del país, ciertas costumbres,

refranes y consejos prácticos para la cocina y el hogar.

Cortes comerciales. Está dividido en 3 cortes y 4 segmentos.

Duración. El programa "Cocina sal y pimienta" tiene una duración de 30 minutos. Divididos así: 20 minutos de programa y 10 de comerciales.

4.3 SEGMENTOS DEL PROGRAMA

El programa se divide en 4 segmentos, cada uno de los cuales varía su tiempo de duración dependiendo de la extensión o procedimiento de la receta.

Inicio: Se inicia con una presentación de agradecimiento con voz off el patrocinio de diferentes marcas para la realización del programa (duración 10 segundos más o menos).

- El primer segmento: Que no debe exceder de 2 minutos. El conductor saluda y sitúa al televidente en la fecha del día y luego comenta el nombre de la receta a preparar y quien es el patrocinador de la misma. Sugiere buscar papel y lápiz y manda al corte comercial.
- El segundo segmento tiene una duración aproximada de 6 minutos y regularmente es el más largo, este da inicio dando una mención comercial que habla de las propiedades de determinado patrocinador, mientras el conductor comenta, aparece en la pantalla el bodegón de productos en primer plano (product shot), posteriormente ya el conductor a cuadro recuerda la receta a preparar y lee los ingredientes necesarios que en ese momento aparecen en pantalla montados en un background.

A continuación el conductor indica el proceso de la elaboración de dicho platillo, en pantalla aparecen diferentes tiros de cámara (específicamente 3) dependiendo de lo que él comente en ese momento. Antes de mandar a otro corte comercial comenta sobre los

libros (de recetas) de su autoría y que están a la venta en sus oficinas y en otros lugares del país.

- En el tercer segmento hace el conductor una segunda mención del producto patrocinador y prosigue con la receta y hace una tercera mención. Si hubiera una carta de saludos la lee e invita a la teleaudiencia a escribir al apartado postal que en ese momento aparece en una barra de colores. Invita a ver los comerciales y manda a un corte.
- En el cuarto segmento hace la cuarta mención y concluye la receta. Se despide invitando a acompañarlo en el programa el día de mañana.

En pantalla en un close-up aparece el platillo terminado y servido en un plato de colores vistosos sobre un mantel que contrasta (todos los días se utiliza diferente vajilla y mantel). Sobre esta pantalla se vuelve a leer el listado de los ingredientes.

4.4 TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN

Para la realización del programa se toman en cuenta varios elementos importantes que son parte de la producción.

- Escenografía: El programa se realiza en una cocina que recrea un ambiente familiar, fue realizado especialmente para el programa, por una firma fabricante y decoradora de cocinas.

Todo el amueblado posee el tamaño real y los colores fueron escogidos por el entonces director de producción conjuntamente con el decorador.

- La iluminación: Fue realizada por el cuerpo de luminotécnicos del canal, enfatizando el tablero principal del set, también se colocaron lámparas de ojo de buey dirigidas hacia el gabinete para dar luz a los productos patrocinadores y que siempre aparecen en cuadro.

- Musicalización: El programa en su totalidad es musicalizado por marimba (aunque cuando el invitado es un cantante se musicaliza con su disco). Los discos regularmente son otorgados por empresas disqueras que necesitan promocionar su material.

4.5 OTROS ELEMENTOS IMPORTANTES DEL PROGRAMA

Para que el programa tenga éxito es necesario contar con un presentador experimentado que utilice un lenguaje sencillo y de otras personas que son invitados especiales que engalanan la cocina.

- Conductor. Chef Ejecutivo Internacional Luis Del Cid. Quien viste un traje que representa a los chefs internacionales y que es de color blanco, que consiste en bata y gorro (toque).
- Lenguaje. Es de tipo coloquial, adecuado para el público al que se dirige.
- Invitado Especial. Una vez por semana se recibe a un invitado que puede ser la mayoría de casos un personaje del mundo del espectáculo como: Cantantes, grupos musicales, actores de teatro, cómicos, reinas de belleza y presentadores de televisión así como chefs invitados.

El invitado comenta acerca de su vida artística, familiar, profesional y al mismo tiempo participa ayudando al chef en la elaboración de la receta del día.

4.6 PATROCINADORES

Actualmente se trabaja con 4 patrocinadores que pautan dos spots cada uno durante el programa y como una deferencia extraordinaria o valor agregado se otorgan 1 product shot, es decir, una mención de 10 segundos durante el programa, así como la aparición subliminal a cuadro de la marca durante la transmisión.

4.7 EQUIPO DE PRODUCCIÓN

El equipo de producción que trabaja en el programa está integrado de la siguiente manera:

- **Un productor o director general**

Es la persona encargada de dirigir, orientar y coordinar el equipo de tal manera que se llegue al trabajo final, en este caso el programa "Cocina sal y pimienta", de manera satisfactoria y así sea atractivo tanto para los televidentes como para los clientes (en este caso agencias y clientes directos).

Esta persona debe contar con la visión de todo el proyecto, es capaz de proporcionar a cada miembro del equipo la información que necesita para cumplir su función, esto lo realiza gracias a la experiencia y a los conocimientos teóricos y estudios realizados en el extranjero.

Debe conocer todos los mecanismos técnicos para poder asegurarse que se hagan de la mejor manera, es ante la empresa responsable directo de todo lo que se vea al aire.

- **Un coordinador**

Es la persona que asiste a la dirección, se encarga de manejar la idea original, proporcionando todos los elementos para su producción.

Planifica, elabora el guión, se relaciona con los clientes y es el enlace entre el conductor, el departamento de ventas, producción y la dirección.

- **Un conductor o presentador**

Es un chef de sexo masculino de edad madura, con amplia experiencia en la cocina; se desenvuelve con naturalidad en el set y es el responsable ante la pantalla de todo lo que realiza en la cocina, recibe

órdenes del coordinador y del jefe de piso.

- **Un director de cámaras**

Es el responsable de dar salida mediante un swicher electrónico a determinado tiro o encuadre, por medio de intercomunicadores dirige a los camarógrafos, orientándoles y sugiriendo las diferentes tomas a realizar.

- **Tres camarógrafos**

Son indispensables en la producción; tienen que tener amplio conocimiento del manejo, movimientos y desplazamientos de la video cámara, formatos de cassettes y composición de encuadres.

- **Un operador de audio**

Es la persona que tiene que ver en todos los pasos del proceso de producción, pues se encarga de operar la consola de control de sonido y es el responsable de la calidad del sonido tanto de la musicalización como del audio del conductor y sus invitados. Es el responsable de los micrófonos y bocinas a utilizar.

- **Un generador de caracteres y operador de video tape**

Es la persona encargada de operar la máquina récord o grabadora de audio y video, además es responsable de elaborar los créditos en un generador de caracteres.

- **Un luminotécnico**

Es el encargado de que el programa tenga uniformidad en la luz que maneja, es el responsable que todos los spots, proyectores de luz, ojos de buey, scoop, etcétera. Todo lo relacionado con iluminación en el set.

- **Escenógrafos (2)**

Son los responsables de la ambientación del set, en este caso la cocina, ubican los props (elementos) de una forma estética y visualmente atractiva. También colocan armónicamente los productos a publicitarse en el programa.

- **Un operador de control central**

Es la persona que tiene a su cargo transmitir el programa y sus comerciales aire, en este caso en el control central de canal 7.

- **Coordinador o jefe de piso**

Tiene el papel de auxiliar a todo el equipo, en cualquier momento de emergencia debe organizar el equipo de trabajo en el estudio; recibe órdenes por medio del coordinador y debe supervisar que todo se realice de acuerdo al guión. Debe ser sumamente observador y detallista.

- **Asistente**

Es la persona que se encarga de agilizar la grabación, asiste lavando la vajilla, limpiando el set y preparando los ingredientes a utilizar en cada uno de los programas. Auxilia en todo lo necesario.

- **Editor**

En el proceso de pre-producción se elaboran la presentación y despedida esto lo realiza el editor que hace una sola pieza de video y audio de acuerdo a los requerimientos del coordinador.

- **Filmoteca**

En este archivo fílmico se encuentra la persona que es la que se encarga del control de calidad, revisa en cada programa la calidad del audio y video, toma el tiempo de cada uno de los segmentos y los

rotula seguidamente archiva los programas de acuerdo a la fecha de transmisión y llegado el momento lo entrega a control central. Es el que provee de los cassettes betacam virgen al coordinador

- **Grabaciones de Back-up**

En el departamento de operaciones técnicas se graba una copia del programa como respaldo al original, por el caso de que suceda cualquier anomalía en el grabado en el switcher o consola principal.

- **Departamento de Ventas**

Es el encargado de vender los espacios comerciales dentro del programa a clientes directos y agencias de publicidad.

- **Pautas Comerciales**

Se organizan paralelamente con el departamento de ventas y es la persona responsable de coordinar los espacios comerciales de acuerdo al tiempo adquirido.

- **Operador de Video-store**

Maneja de forma computarizada los comerciales que se han pautado.

4.8 PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA "COCINA SAL Y PIMIENTA"

Por estar ya al aire durante 4 años, este proceso es el mismo (con mínimos cambios) cada semana respetando su formato original.

El primer paso es contactar con la persona encargada de la asignación de los espacios en estudio, regularmente se asignará un día para grabar los cinco programas de la semana, así también se coordina con el personal asignado para la grabación de dicho día.

El chef conductor es el responsable de planificar las recetas y adquirir

(con un presupuesto sufragado por el departamento de producción) los ingredientes que debe utilizar, los cuales deben ser de las marcas que sean de interés de Cocina sal y pimienta.

El listado de ingredientes es enviado previamente vía fax por el chef, estos a su vez son transcritos en un diskette en espera de ser montados en un back en el momento de la grabación.

Como parte de las asignaciones de producción: es investigar sobre hechos relevantes que el conductor pueda comentar; fechas importantes o frases célebres de grandes pensadores, asimismo contactar con personalidades de interés nacional y que puedan ser invitadas al programa.

También se debe dar seguimiento a correspondencia que envían los televidentes para que en determinado momento se agradezcan al aire o se comenten.

La elaboración del guión forma parte de la producción y este se realiza en base al tiempo que tome preparar la receta, al invitado y a los intereses de los patrocinadores o clientes convengan.

Con anticipación se debe coordinar con el equipo de ventas sobre los productos que se tengan que publicitar en el programa.

Así, también se debe solicitar presupuesto para ir sustituyendo la vajilla, props y otros que se utilicen en el set.

La grabación se realiza en horas de la tarde y tiene una duración de aproximadamente 4 horas para grabar los 5 programas de 20 minutos cada uno. Luego se archiva en cassettes de una hora, se rotula y se envía a la filmoteca en donde es revisado y programado de acuerdo a las fechas grabadas.

Diariamente se monitorea al aire para detectar errores o hacer sugerencias.

Luego de ser transmitido se archiva por 12 días, después se recicla el cassette o se desecha.

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO 5 RATING E INVESTIGACIÓN

5.1 RATING EN TELEVISIÓN

Según Mendoza (1987 p. 95) para un medio como la televisión, medio de comunicación que en nuestro país es eminentemente comercial y competitivo, se hace necesario tomar muestras de los niveles de audiencia.

Esta investigación sirve para determinar los siguientes elementos:

- ¿Cuáles son los programas más vistos?
- ¿Qué horas son las más frecuentadas por los telespectadores?
- ¿Qué clases y su poder adquisitivo ven determinados programas?
- ¿Cuántos hombres, mujeres y niños ven tal o cual programa?

Estos y otros elementos pueden ser verificados por los censos estadísticos que involucran el rating, el alcance y en general la llamada ponderación (análisis por edades o estratos sociales).

5.1.1 Rating

Idem (2000) dice: "rating es el porcentaje estimado de personas expuestas a una estación específica durante un período de tiempo determinado".

Mendoza (1987 p. 95) dice: este dato se refiere al porcentaje de hogares con aparato receptor de televisión, que está sintonizado a un canal determinado, en cierto período de tiempo. En el medio nacional se da como tiempo de medición cada media hora, debido a que por lo general las programaciones de los canales de televisión no presentan uniformidades de tiempo en sus programaciones, mientras un canal tiene un programa de media hora, otro podría tenerlo de una hora y quizá un tercero de un show de tres horas.

Es posible que si todos los canales tuvieran programas de iguales tiempos de duración, las encuestas se harían según esa duración, una o dos horas. Pero de cualquier manera haciéndolo con frecuencia más corta, menos margen de error habrá en la estadística.

También existe el llamado Rating de Personas y se obtiene sobre la base del porcentaje de relación de hogares sintonizados a un canal y las personas que viven con receptores.

5.1.2 Alcance

Mendoza (1987 p. 96) dice: "se podría decir que es el porcentaje expresado en números. Esto es que si un canal tiene un 60% del rating, según el total encuestado, esto daría la cantidad en personas". Por ejemplo: si el universo son 1,000 el rating de 60% son 600 personas.

5.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Existen varios métodos y técnicas para poder investigar el rating en televisión unos se hacen por medios mecánicos-electrónicos, computarizados y persona a persona. También existen otros métodos relacionados con rating que involucran cualidades y cantidades, tales estudios se hacen sobre la base de cada programa de televisión en particular; dichos métodos ayudan a los productores de programas a mejorar la calidad de su trabajo y a tomar en cuenta la opinión de su público.

5.2.1 Ibope

- ¿Qué es Ibope?

Ibope-time es una compañía, que se dedica a la investigación de mercados y Medición de Audiencias de Televisión. Ayuda a sus clientes agencias publicidad y clientes directos para disminuir el riesgo en la toma de decisiones empresariales.

El objetivo de los servicios de medición de audiencia de televisión es

determinar el comportamiento de consumo televisivo de hogares y personas en un área geográfica determinada.

- **Objetivos de Ibope**

Determinar las características del Universo a estudiar en cuanto a:

1. Nivel socioeconómico. Definido por las siguientes variables: pertenencia de aparatos electrodomésticos, características de la vivienda, nivel de educación del jefe de la vivienda, nivel de educación del jefe / ama de casa, hacinamiento, etcétera.
2. Número de componentes de la familia.
3. Tenencia de televisión y equipo relacionado (Juegos de video y otros).
4. Conexión a televisión pagada (cable).
5. Posesión de electrodomésticos (básicos y de lujo)

Crea un banco de hogares para la selección de la muestra operativa de tal forma que puedan seleccionarse hogares con las características exigidas por el diseño de la investigación.

- **Cobertura**

La población a estudiar está constituida por los hogares ubicados en las localidades urbanas, dentro de lo que se llama centro del área metropolitana (CAM), lo que incluye los municipios de Guatemala, Mixco, Villa Nueva, San José Pinula y Santa Catarina Pinula.

Estas poblaciones se toman en cuenta como base para el inicio de la investigación, considerando el interés comercial para la industria, así como por su importancia geográfica y poblacional.

- **Metodología**

La selección de la muestra se lleva a través de un diseño multietápico con probabilidades proporcionales a la medida del tamaño.

1. Sectores. Conjunto de viviendas organizadas geográficamente con un promedio de 54 viviendas. Conformado por una o más manzanas.
2. Viviendas. Estructura física en donde habiten uno o más hogares, cuyos residentes pueden o no tener vínculos familiares.
3. Hogar. Todo grupo de personas que habitan la totalidad o parte de la vivienda.

Esta información se obtiene de datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala.

- Tamaño de la muestra

Con base en las necesidades propias de información de los clientes, se acordó trabajar con una muestra a nivel del centro del área metropolitana de Guatemala de 200 hogares netos.

En los hogares seleccionados se instalan meters en cada aparato de televisión funcionando en el hogar, para registrar la audiencia de todos los miembros de la familia y sus invitados, en todas las cadenas que el televisor tenga la capacidad de recibir.

- People Meter

Es un aparato electrónico de medición, una microcomputadora que registra automática y autónomamente la hora en que se enciende un televisor, el canal sintonizado y los televidentes. Esta información es compilada regionalmente y procesada por equipos especializados para determinar los índices de sintonía, los mismos que utiliza la industria publicitaria en general, los que hacen televisión y que sirven para la toma de muchas decisiones.

El people meter registra en cada hogar y para cada televisor, durante las 24 horas del día básicamente los siguientes datos:

1. Cuánto se enciende o apaga cada televisor.
2. Canal o canales sintonizados.

3. Quién o quienes están viendo. Para ello, el equipo incluye un control remoto en el cual aparece el nombre de cada uno de los miembros del hogar. Sólo se requiere indicar su presencia, o su retiro, oprimiendo el botón correspondiente.
4. Diaria y automáticamente, el módulo de comunicación instalado en el people meter en cada hogar, enviará a la central de acopio de su región, y esta al sistema central, la información registrada.

5.2.2 Telereport

Es un programa desarrollado por markdata para el estudio de audiencia en televisión.

Se trata de un programa modular con un gran número de análisis que permite trabajar con datos agregados (audiencia precalculada para grupos predefinidos) como con datos individuales (datos de audiencia minuto a minuto para cada sujeto hogar o persona). Los análisis más importantes disponibles en este programa son los siguientes:

- Parrilla de programas, tabla de programación, análisis minuto a minuto y análisis individuales.
- Análisis de alcance y frecuencia, duplicidad, asiduidad, radiografía de programas.
- Espectadores según consumo (grande, medio y pequeño).
- Migraciones, demografías y análisis de medias.

5.2.3 Recall

Es un método utilizado por empresas de investigación nacionales, el cual consiste en escoger una muestra con las mismas características del método anterior, pero con la diferencia que no utiliza un aparato para recabar la información; sino que un grupo especializado de personas es el encargado de llegar a los hogares seleccionados para entrevistar persona a persona.

- Procedimiento: a cada hogar se presenta una persona capacitada para pasar un cuestionario con la información que se desea

obtener.

- Información: se obtienen datos relacionados con variables tales como: datos demográficos (edad, sexo, profesión y otros), nivel socioeconómico, servicios básicos, electrodomésticos básicos y de lujo, programación vista en televisión, emisoras de radio escuchadas, periódicos y revistas leídas, asistencia al cine, productos de consumo, etcétera.
- Dicha información posteriormente se tabula y registra en un informe que se presenta a las empresas interesadas.
- El grupo de trabajo que recolecta los datos incluye: Un coordinador de campo, supervisores, encuestadores y tabuladores de información.
- Se escogen áreas de todos los niveles socioeconómicos de la ciudad y del interior del país, se seleccionan zonas, manzanas y casas específicas para hacer la muestra representativa. Posteriormente al trabajo de campo se realiza un sondeo por parte de los supervisores para corroborar la información obtenida.

5.2.4 Investigación cualitativa y cuantitativa.

Para realizar una investigación especializada en obtener información relacionada con aspectos de un programa de televisión en particular, se debe tomar en cuenta estos métodos.

Tanto el método cualitativo como cuantitativo son de utilidad para adquirir datos a través de los cuales se puede tomar decisiones de cambio en cuanto a producción, temática, conductores, etcétera y mejorar un programa de televisión tomando en cuenta la preferencia de su público que al final es el que decide el rating de un programa.

- Investigación Cualitativa

Según Sierra y Flores (1998 p. 4) la investigación cualitativa estudia, entre otros, los móviles de compra y trata de contestar aspectos como:

1. ¿Por qué la gente compra determinado producto?

2. ¿Por qué lo compra determinada persona?
3. ¿Por qué lo consumen?
4. Aplicado a televisión sería: ¿Por qué la gente ve determinado programa? y ¿por qué lo ve determinada persona?.

Investigar la preferencia del público televidente en cuanto a determinados aspectos del programa de televisión.

La investigación cualitativa es según Henry citado por Sierra y Flores (1998 p. 4) "...la investigación de las motivaciones consiste en el estudio de la relación de la personalidad del consumidor y la individualidad del producto".

Russel y Lane citados por Escobedo (1999 p. 26) dicen: "la investigación cualitativa implica la indagación de lo que la gente dice pensar o sentir, suele ser de naturaleza exploratoria".

Escobedo (1999 p. 26) dice: el tipo de investigación cualitativa más usada es la investigación motivacional. Esta tiene como fin principal establecer el "por qué" del comportamiento humano en la adquisición de productos y servicios que existen en el mercado.

La investigación motivacional se aconseja al inicio del desarrollo de un producto y antes del lanzamiento del mismo. Con ésta investigación se pretende dar respuesta a cuestiones fundamentales como:

1. Hábitos
 2. Pensamientos
 3. Emociones
 4. Percepciones
 5. Prejuicios
- Del Consumidor

Se puede concluir en términos generales que un estudio motivacional sirve para decisiones de compra, decisiones de marca y la potencialidad de un producto a ubicarse en el mercado. En el caso de la televisión en decisiones de programación y de cambios de un programa en particular.

- Investigación Cuantitativa

“La estrategia más importante de cualquier compañía es el desarrollo de una línea de productos que satisfaga las necesidades de cierto grupo de consumidores” según Boyd citado por Escobedo (1999 p. 27).

La lista de problemas que se pueden tratar dentro de este ámbito es muy variada: desde el origen de un nuevo producto (programa en este caso), todas las etapas de su desarrollo hasta que llega al mayor número de consumidores o televidentes.

Este tipo de estudios pretende esclarecer detalles como: forma, color, facilidad de uso, envase, precio, etcétera. En el caso de un programa de televisión elementos como: conductores, detalles del programa como: contenido, iluminación, escenografía, aporte del programa a la educación, entre otros.

- Procedimiento de la investigación

Según Escobedo (1999 p. 7) el proceso que se sigue en una investigación de este tipo es similar al método científico. Todo se resume en cuatro etapas.

1. Definición del problema

La etapa más difícil es la definición del problema y de los objetivos de la investigación, pues ello influirá en todo el proceso.

La clasificación de la investigación según su propósito o función muestra cómo influye la naturaleza del problema en la elección de los métodos. La naturaleza del problema determinará si la investigación es: exploratoria o descriptiva.

Exploratoria: Sirve para reunir información preliminar que ayude a definir mejor los problemas.

Descriptiva: Sirve para describir mejor los problemas y situaciones del

mercado. Por ejemplo: ¿qué características de nuestro producto o servicio prefieren los consumidores?, aquí se tiene conciencia del problema.

2. Plan de investigación

Una vez que se ha definido y analizado el problema, corresponde realizar el plan de investigación. Los pasos a seguir son:

- a) Determinar el tipo de información a obtener. En el caso de un programa de televisión los aspectos que se deben investigar son relacionados con la producción (iluminación, escenografía, audio, etcétera), conductores (si tiene la preparación adecuada, simpatía, lenguaje, y otros), si cumple con educar y entretener al público.
- b) Determinar la manera de obtener la información. Luego de tener claro la información que se desea obtener se continúa con la manera de recabar esa información. Los datos que se obtienen de la investigación descriptiva por ejemplo se recopilan según el enfoque estadístico, el cual comprende el estudio de unos cuantos factores de un gran número de los mismos. Se concentra en promedios y porcentajes.
- c) Determinar el método de recolección de datos. Los métodos básicos de investigación son: Encuesta y observación.

Encuesta: de este método se obtiene información primaria. La encuesta puede recopilar datos a través de entrevistas o cuestionarios. Se realiza por medio de correo, teléfono y cara a cara o de casa en casa.

Observación: la mayor ventaja de observar es que permite registrar lo que realmente ocurrió en una situación determinada. Este método se complementa con el de la encuesta. Es utilizada en supermercados o en distintas circunstancias.

d) Determinar el tamaño de la muestra. La representatividad es lo que permite estudiar una población utilizando solamente un subconjunto relativamente pequeño de sus elementos. Dependerá del tipo de investigación que se realice. Existen dos tipos de muestras:

Probabilística. Cada elemento de la población tiene la misma posibilidad de ser parte de la muestra.

No probabilística. La selección de la muestra se realiza a juicio del investigador.

3. Ejecución del plan de investigación.

Debe instruirse a los entrevistadores o personas que serán las encargadas de recolectar la información. Debe tenerse un calendario de los días que se van a trabajar. Luego se revisan las boletas y se tabula los datos obtenidos de cada pregunta tomando en cuenta varios elementos como: edad, sexo, profesión, etcétera. Se debe hacer el análisis de los datos obtenidos para tener mayor certeza de los mismos.

4. Reporte de los hallazgos encontrados.

El propósito de la investigación es auxiliar en la toma de decisiones. En esta parte se interpretan los resultados obtenidos tomando en cuenta los métodos y fuentes de información utilizados.

Las conclusiones y recomendaciones deben ser objetivas y realistas, respondiendo a los objetivos del estudio. Se pueden presentar cuadros de resultados y gráficas que demuestren los datos obtenidos para mayor ilustración.

CAPÍTULO 6

CAPÍTULO 6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los medios de comunicación juegan un papel muy importante en la sociedad, ya que se considera que informan, educan y entretienen. Los medios comunican la cultura de un país y enseñan ciertas conductas a seguir.

Es por ello importante conocer la opinión del público que observa la televisión y en particular del programa "Cocina sal y pimienta" para saber sobre el perfil de la teleaudiencia y sobre otros aspectos cualitativos del programa.

6.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar esta investigación se seleccionó una muestra por conveniencia tomada de la Colonia 1º de julio zona 5 de Mixco municipio del departamento de Guatemala.

El interés básico de este trabajo se orienta a investigar el perfil de teleaudiencia del programa "Cocina sal y pimienta" así como otros datos relevantes acerca del desarrollo del programa y de los gustos del televidente.

Dicha investigación se llevó a cabo en el mes de agosto y septiembre de 2002 a partir de los objetivos propuestos y la elaboración del cuestionario.

6.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo descriptivo, cualitativo y cuantitativo.

- **Descriptiva:** Se hace una descripción de los resultados a través de porcentajes en cada pregunta, tomando en cuenta las variables de sexo y edad. Se detalla el perfil de la teleaudiencia del programa y se describe el proceso de producción.

- **Cualitativa:** Se realizó un análisis cualitativo de los porcentajes obtenidos, ya que se investigaron las variables: Producción, conducción y educación, especialmente en esta última variable se estableció el aporte del programa a la gastronomía guatemalteca.
- **Cuantitativo:** Ya que se presentan cuadros y gráficas de los resultados obtenidos, donde se puede cuantificar la información recabada. Se determinó la teleaudiencia del programa a través de las variables: edad, sexo, profesión, ocupación, nivel de instrucción y estado civil.

6.3 MÉTODO

Se utilizó el método de la Encuesta, ya que se realizó una investigación de campo en la Colonia 1ro. de julio zona 5 de Mixco municipio del departamento de Guatemala.

6.4 OBJETIVO DEL ESTUDIO

Determinar el perfil de teleaudiencia del programa "Cocina sal y pimienta" en la colonia 1ro. de julio zona 5 de Mixco.

6.5 CRITERIO MUESTRAL

6.5.1 Universo

Según Censo del Instituto Nacional de Estadística (INE) 1994, la colonia 1ro. de julio zona 5 de Mixco municipio del departamento de Guatemala, cuenta con 19,505 habitantes, los cuales constituyen la población total objeto de estudio.

6.5.2 Muestra

La muestra se escogió utilizando la siguiente fórmula, según Álvarez (1988).

$$N = \frac{N_2}{2}$$

$$N \times d + 1$$

n= Tamaño de la muestra para estimar una proporción.

N= Tamaño de la población total= 19,505 habitantes.

d= Nivel de precisión, 0.07 indica que los resultados tendrán el 93% de confiabilidad.

APLICACIÓN DE LA FORMULA

$$n = \frac{19,505 \times z^2}{19,505 \times 0.07 + 1}$$

$$n = \frac{19,505}{19,505 \times 0.0049 + 1}$$

$$n = \frac{19,505}{95.57 + 1}$$

$$n = \frac{19,505}{96.57}$$

$$n = 201.97$$

$$n = \underline{202}$$

El total de la muestra es de 202 personas, según la aplicación de la fórmula de Álvarez (1988) de su Tesis de Maestría en Estadística y Cálculo.

6.5.3 Técnica de muestreo

Se utilizó el Muestreo Intencionado: el cual consiste en que el investigador selecciona a su juicio los elementos de la muestra. Es decir, que es Muestra No Probabilística. Según Sierra y Flores (1998 p. 47).

6.6 TÉCNICA Y PROCEDIMIENTO

6.6.1 Técnica

Se realizó una investigación bibliográfica y documental en las bibliotecas de la universidad: San Carlos de Guatemala, Rafael Landívar y Francisco Marroquín, complementándose con entrevistas a productores de televisión de los canales 3 y 7.

6.6.2 Procedimiento

La encuesta se llevó se realizó cara a cara en el hogar de los participantes con base en los lineamientos de un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas diseñado única y específicamente para esta investigación.

6.7 INSTRUMENTOS

La relación de datos en la investigación documental, fue bibliográfica-documental, a través de la entrevista y el cuestionario.

6.7.1 Entrevista

Este sistema de investigación fue utilizado con personas conocedoras de producción de programas de televisión y mercadeo de productos audiovisuales, con la finalidad de definir el proceso de producción.

6.7.2 Cuestionario

Se realizó un cuestionario para identificar el papel de teleaudiencia del programa "Cocina sal y pimienta" en la Colonia 1ro. de julio zona 5 de Mixco. Dicho cuestionario se fundamentó en varios elementos de los cuales se escribe a continuación.

- Datos Demográficos

Según Enciclopedia Deusto (1990 p. 286) el perfil de teleaudiencia debe contener las siguientes variables:

Clase Social o Nivel Socio-Económico

En este caso ya definido el lugar donde se va a realizar la investigación de campo se puede decir que pertenece a la clase Media media o Media baja. Aunque las clases sociales están definidas así:

Alta, Media alta, Media media, Media baja y Baja.

A. Sexo

En este sentido de género, solamente se pueden estudiar dos elementos: Femenino y masculino.

B. Edad

Los rangos de edad para el estudio de la teleaudiencia son los siguientes: 14-24 25-34 35-44 45-54 55-64 65 y más para ambos sexos.

C. Ocupación actual

En esta variable se detecta si la persona entrevistada trabaja o no trabaja.

D. Nivel de instrucción o escolaridad

En esta variable se estudian los siguientes elementos:

| | |
|--------------|----------------------------------|
| Sabe leer | Nivel diversificado terminado |
| No sabe leer | Nivel diversificado sin terminar |
| Primaria | Nivel universitario terminado |

E. Profesión

Es la profesión u oficio que ha estudiado y que ejerce actualmente la persona.

F. Estado civil

Si la persona que se entrevista es: Soltera, casada, viuda o divorciada.

- Datos del conductor del programa

1. El aspecto del presentador. Hawes (1993 p. 21) dice: es ideal que el aspecto del presentador (imagen total) sea congruente con el material que utiliza.
2. El lenguaje. Hawes (1993 p. 35) señala: la voz se produce de los sonidos, cada sonido que uno produce es una sílaba que solamente adquiere significado al repetirla y reconocerla. El lenguaje deriva de la asignación de sentido a los sonidos vocálicos. El lenguaje debe ser claro, es la habilidad para articular y pronunciar bien las palabras y éstas deben adaptarse al tema que se está presentando.
3. Carisma o simpatía. Hawes (1993 p. 68) dice: Es la habilidad para alcanzar y tocar, o estimular y encantar, a otra persona de forma intelectual o emocional (o ambas). Se transmite a través de la imagen que proyecta una persona; la gente que el público ama u odia, pero de la cual quiere saber, tiene carisma. Es aquella fascinación poderosa o hipnótica que una persona ejerce sobre la audiencia.

- Datos educativos

Del Río citado por Barillas (2001 p. 12) dice respecto de la función de educar que tienen los medios de comunicación: Los mensajes, por lo

general sencillos y de temáticas variadas que se transmiten por los medios, en secuencias, tienen los requisitos básicos para influir en el pensamiento y las decisiones (acciones) de los individuos o grupos.

1. Valores tradicionales

Los especialistas que trabajan en televisión tienen la responsabilidad de apoyar los valores tradicionales de la sociedad. Hawes (1993 p. 72). En este caso por ser el programa "Cocina sal y pimienta" un espacio en televisión que transmite la preparación de recetas de la cocina guatemalteca está cumpliendo con la función de educar respecto a la tradición de la gastronomía guatemalteca. Fue necesario entonces saber si el público televidente lo considera así.

2. Aceptación de las recetas

Fue importante investigar asimismo si las recetas presentadas son aceptadas y puestas en práctica por los espectadores del programa.

Según Escobedo (1999 p. 26) la investigación cualitativa requiere del estudio de cuestiones tales como: Pensamientos, emociones y percepciones del consumidor en este caso del televidente; para conocer sus opiniones respecto a un producto determinado en este caso el programa "Cocina sal y pimienta". Para poder conocer lo que el televidente piensa acerca del programa se le hicieron preguntas sobre diversos datos importantes:

- Del programa en general

La música. Puede subrayar la acción, prepara el estado de ánimo, liga secuencias y transporta de una manera muy refinada a una trama, acción, suspenso y sentimientos del ser humano, haciendo cada segundo grato al oído.

Duración del programa. Respecto a este tema es importante conocer si el público espectador considera que es el suficiente para que se preparen las recetas o si debería tardar menos o más minutos de los

que ya tiene.

Participación de los televidentes en los concursos. Conocer el entusiasmo y la participación de los espectadores del programa en los diversos concursos que se llevan a cabo.

- Nivel de recordación de los anuncios publicitarios. Por ser el programa en cierta forma un producto comercial que subsiste por la venta de espacios, es importante investigar el grado de recordación que tienen los televidentes con respecto a los patrocinadores del programa.

Calificación del programa en general. Para saber si el programa gusta así como se presenta.

En la siguiente pagina encontrara un cuadro descriptivo de las variables a estudiar en la investigación de campo. Este cuadro detalla como se estructuró el cuestionario con los fundamentos citados anteriormente.

6.8 TÉCNICA DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Se procesó la información a través de varios pasos que se mencionan a continuación:

1. Recuento total de cuestionarios contestados
2. Identificación de las variables
3. Priorización de las respuestas para saber si aplicaban rangos o no
4. Tabulación de las variables.
5. Obtención de frecuencias y cantidades a porcentajes
6. Realización de cuadros y gráficas

El procesamiento de los datos se realizó de forma manual, obteniendo de ello cuadros generales por pregunta.

**CUADRO DESCRIPTIVO DE LAS VARIABLES
A EVALUAR EN LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

| OBJETO DEL ESTUDIO | INDICADORES DEL ESTUDIO | VARIABLES A INVESTIGAR | PREGUNTAS EN EL CUESTIONARIO |
|--|-------------------------|--|--|
| Perfil de teleaudiencia del programa "Cocina sal y pimienta" | Demográficos | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Sexo ❖ Edad ❖ Ocupación ❖ Nivel de instrucción ❖ Profesión ❖ Estado civil | Item A Item B Item C Item D Item E Item F |
| | Conductor presentador | <ul style="list-style-type: none"> ← Presentación ← Lenguaje ← Carisma o simpatía | Preguntas: No. 1 No. 2 No. 3 y 4 |
| | Educativos | <ul style="list-style-type: none"> ↑ Aceptación de las recetas ↑ Contribución del programa a la conservación de la cocina guatemalteca | No. 5 y 6 No. 7 y 8 |
| | Del programa en general | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Música ❖ Duración del programa ❖ Participación de los televidentes en los concursos ❖ Nivel de recordación de los anuncios publicitarios ❖ Calificación del programa | No. 9 No. 10 No. 11 No. 12 No. 13 |

CAPÍTULO 7

CAPÍTULO 7 ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

La encuesta fue aplicada en la Colonia 1°. de Julio, zona 5 de Mixco municipio del Departamento de Guatemala, específicamente a personas de 14 a 65 años, con un total de 200 encuestados.

La aplicación de la encuesta y los datos generales que fueron solicitados a las personas han permitido realizar un perfil de teleaudiencia del programa Cocina Sal y Pimienta.

La muestra de 202 personas se dividió de la siguiente manera.

**CUADRO No. 1
PERSONAS ENCUESTADAS**

| Respuesta | Mujeres | Hombres | Total | Porcentaje |
|---|----------------|----------------|--------------|-------------------|
| Personas que si contestaron la encuesta | 128 | 34 | 162 | 80 |
| Personas que no contestaron la encuesta | 26 | 14 | 40 | 20 |
| Total | 154 | 48 | 202 | 100% |

Del total de personas encuestadas se puede observar que un 80% (162 personas) contestaron a cabalidad el cuestionario, mientras que un 20% (38 personas) no lo contestaron pues no ven el programa. Es decir, que un porcentaje alto ve el programa **Cocina Sal y Pimienta** en la colonia 1°. de Julio.

7.1 PERFIL DE TELEAUDIENCIA

Para medir el Perfil de Teleaudiencia, el cuestionario se estructuro a partir de variables como: Sexo, Edad, Ocupación Actual, Nivel de Instrucción, Profesión y Estado Civil.

En lo referente a la variable Sexo, se puede decir que es importante

resaltar que se estudiaron dos grupos tomando en cuenta esta variable para ver las diferencias entre mujeres y hombres.

En cuanto a la variable Edad, fue necesaria para observar cual de los rangos estudiados es el que representa un mayor porcentaje, para así conocer el grupo al que se dirige el programa *Cocina Sal y Pimienta*.

La variable Ocupación Actual (trabaja o no trabaja), es importante tomando en cuenta que de ello depende la sintonía del programa, pues este se transmite en el horario de la mañana.

La variable Nivel de Instrucción y Profesión también influyen en los hábitos de medios de las personas encuestadas, pues la educación que posean es un elemento que predomina a la hora de seleccionar sus programas favoritos.

En cuanto al Estado Civil es otro elemento importante a tomar en cuenta para determinar el Perfil de la Teleaudiencia. Este elemento define la estabilidad emocional de los entrevistados.

7.1.1 Sexo

De las personas encuestadas 79% pertenecen al sexo femenino y un 21% al sexo masculino.

CUADRO No. 2
SEXO

| Sexo | Total | Porcentaje |
|-------------|--------------|-------------------|
| Femenino | 128 | 79 |
| Masculino | 34 | 21 |
| Total | 162 | 100% |

Estos datos nos demuestran que el público objetivo del programa **Cocina Sal y Pimienta** en su mayoría pertenecen al sexo femenino, pero también cabe resaltar que un segmento aunque menor del sexo masculino también forma parte del público televidente.

7.1.2 Edad

De las personas encuestadas tanto en sexo femenino como en masculino los rangos de edad de 25-34 y el de 35-44 son los predominantes con un 31% cada uno respectivamente.

**CUADRO No. 3
EDAD**

| Respuesta en años | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|--------------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| 14-24 | 13 | 3 | 16 | 10 |
| 25-34 | 34 | 16 | 50 | 31 |
| 35-44 | 42 | 8 | 50 | 31 |
| 45-54 | 32 | 0 | 32 | 20 |
| 55-64 | 4 | 0 | 4 | 3 |
| 65 o más | 3 | 7 | 10 | 5 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Tanto hombres como mujeres de 25 a 44 años son el principal público televidente del programa. Aunque un dato importante nos muestra que en el sexo femenino en el rango de 45-54 años con un 20% forma también parte del grupo de mujeres que ve el programa **Cocina Sal y Pimienta**.

7.1.3 Ocupación Actual

De las personas encuestadas un 59% trabaja tanto en mujeres como en hombres, mientras que un 41% no trabaja.

**CUADRO No. 4
OCUPACIÓN ACTUAL**

| Respuesta | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Trabaja | 75 | 21 | 96 | 59 |
| No Trabaja | 53 | 13 | 66 | 41 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Se puede deducir entonces que las personas que trabajan y pueden ver el programa **Cocina Sal y Pimienta** son hombres y mujeres que trabajan por las tardes o entran tarde a trabajar, pues el programa se transmite a las 9.30 de la mañana. Otra conclusión es que son personas que trabajan por su cuenta, pero que tienen el tiempo suficiente para ver el programa.

7.1.4 Nivel de Instrucción

De las personas encuestadas un 23% llegaron a un nivel universitario sin terminar, un 21% estudio básicos, un 15% estudió el nivel diversificado pero no lo terminó y un 13% estudió una carrera de nivel medio y la terminó.

CUADRO No. 5
NIVEL DE INSTRUCCIÓN

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-----------------------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| No sabe leer | 5 | | 5 | 3 |
| Primaria | 24 | | 24 | 15 |
| Básicos | 29 | 5 | 34 | 21 |
| Nivel diversificado terminado | 8 | 13 | 21 | 13 |
| Nivel diversificado sin terminado | 21 | 3 | 24 | 15 |
| Nivel universitario terminado | 11 | 5 | 16 | 10 |
| Nivel universitario sin terminar | 30 | 8 | 38 | 23 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

En otras palabras, el público que tiene el programa **Cocina Sal y Pimienta**, tiene un alto nivel de instrucción, pues los porcentajes más altos sobresalen en el nivel universitario y diversificado.

7.1.5 Profesión

De las personas encuestadas sobresale el hecho de que el 51% no quisieron contestar a la pregunta sobre cual es su profesión. De los que si contestaron un 10% son secretarias, y otro 10% son bachilleres.

**CUADRO No. 6
PROFESIÓN**

| Respuesta | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|----------------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Secretaria | 16 | 0 | 16 | 10 |
| Perito Contador | 4 | 4 | 8 | 5 |
| Bachiller | 3 | 13 | 16 | 10 |
| Perito en Mercadotecnia | 5 | | 5 | 3 |
| Otras | 25 | 9 | 34 | 21 |
| No contestó | 75 | 8 | 83 | 51 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Se puede deducir que un porcentaje bastante alto (51%) no quisieron contestar la pregunta debido a que no deseaban hacerlo o porque solamente llegaron a nivel primario y de básicos. Dentro de los que si quisieron contestar sobresalen las carreras de secretaria en el sexo femenino y bachiller en el sexo masculino, ya que son las carreras más usuales en nuestro medio debido a que tienen un mayor mercado laboral. Un dato importante además, es el 21% de otras carreras entre las cuales sobresalen la de trabajadora social, maestra y enfermera en cuanto al sexo femenino, la de ingeniero y maestro en el sexo masculino. Las carreras universitarias mencionadas son las que en su mayoría estudian tanto hombres (ingeniería) como mujeres (trabajadora social) en las universidades del país, ya que son las más apropiadas según su género. Este hecho hace influir la decisión de las personas respecto a sus hábitos de medios, pues entre más culta sea una persona, más tendrá el deseo de superarse en muchos aspectos de su vida personal, en este caso el de aprender sobre la cocina, viendo el programa **Cocina Sal y Pimienta**.

7.1.6 Estado Civil

De las personas encuestadas un 41% son solteros (as), casados (as) un 38%, divorciados (as) un 13% y viudos (as) un 8%.

**CUADRO No. 7
ESTADO CIVIL**

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Soltero (a) | 49 | 17 | 66 | 41 |
| Casado (a) | 50 | 12 | 62 | 38 |
| Viudo (a) | 8 | 5 | 13 | 8 |
| Divorciado (a) | 21 | 0 | 21 | 13 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Sobresale el hecho de que tanto mujeres como hombres en su mayoría son personas solteras, pero comparando cifras un porcentaje un poco más bajo resalta que también hay personas casadas, se puede deducir que casi en promedio las personas que ven el programa **Cocina Sal y Pimienta** son de ambos sexos (tanto mujeres como hombres) y de la misma edad (25-44 años) pero la mitad son personas solteras y la mitad son personas casadas, aunque ambos tienen los mismos intereses sobre el arte culinario. También cabe mencionar el dato de que el sexo femenino es el que más ve el programa, pero del sexo masculino también un pequeño porcentaje son parte del público del programa.

7.2 DEL CONDUCTOR DEL PROGRAMA

Para medir la simpatía del conductor del programa **Cocina Sal y Pimienta** el Chef Luis del Cid, se tomaron en cuenta las siguientes variables: presentación, el lenguaje utilizado, su carisma o simpatía con el público.

7.2.1 Pregunta No. 1 ¿Cómo le parece la imagen que proyecta el conductor del programa?

De las personas encuestadas, un 51% opinó que la imagen del conductor es buena y un 39% que es regular.

CUADRO No. 8
LA IMAGEN DEL CONDUCTOR

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Buena | 71 | 12 | 83 | 51 |
| Regular | 49 | 14 | 63 | 39 |
| Mala | 8 | 8 | 16 | 10 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Tomando en cuenta que las palabras buena y regular miden la imagen de una persona en una escala donde la diferencia entre una y otra es muy poca, se puede deducir que la imagen o presentación del conductor del programa **Cocina Sal y Pimienta** el Chef Luis del Cid es aceptada casi en su totalidad por su público televidente, ya que un 90% la define así.

7.2.2 Pregunta No. 2 ¿Considera que el lenguaje utilizado por el conductor es fácil de entender?

De las personas encuestadas un 74% consideró que si es un lenguaje fácil de entender, mientras que un 26% consideró que no es así.

**CUADRO No. 9
LENGUAJE DEL CONDUCTOR**

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Si | 100 | 20 | 120 | 74 |
| No | 28 | 14 | 42 | 26 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Como muestra el cuadro, el porcentaje mayor es 74% (120 personas) tanto hombres como mujeres consideran que el lenguaje que utiliza el conductor del programa **Cocina Sal y Pimienta** es fácil de entender puesto que no se caracteriza por usar palabras técnicas y cuando utiliza alguna palabra desconocida por el público televidente se esmera en explicarla.

7.2.3 Pregunta No. 3 ¿Considera que el conductor del programa es?

De las personas encuestadas un 52% considera que es agradable y un 33% considera que es muy agradable.

**CUADRO No. 10
SIMPATÍA DEL CONDUCTOR**

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Muy agradable | 50 | 4 | 54 | 33 |
| Agradable | 62 | 22 | 84 | 52 |
| Poco Agradable | 16 | 8 | 24 | 15 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Tanto sexo femenino como masculino coincidió en que el conductor del programa es una persona agradable con 52% y un 33% consideró que es muy agradable, si comparamos estas palabras cuya medición permite deducir que la aceptación del conductor en cuanto a su simpatía es de un 85%, ya que su público lo considera una persona con carisma y simpatía.

7.2.4 Pregunta No. 4 ¿Cómo considera que es la personalidad del conductor?

De las personas encuestadas, un 30% lo considera amigable, un 23% dinámico, un 19% sencillo y un 16% humilde.

**CUADRO No. 11
PERSONALIDAD DEL CONDUCTOR**

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Humilde | 25 | 4 | 29 | 16 |
| Sencillo | 29 | 5 | 34 | 19 |
| Amigable | 49 | 4 | 53 | 30 |
| Dinámico | 28 | 13 | 41 | 23 |
| Dominante | 9 | 12 | 21 | 12 |
| Agresivo | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 140 | 38 | 178 | 100% |

Las características analizadas en esta pregunta nos permiten conocer la opinión de los encuestados quienes consideran al Chef Luis del Cid como una persona con personalidad: amigable, ya que brinda una sonrisa a su público cada mañana en toda ocasión; dinámico porque en su presentación en todo momento está demostrando su habilidad como profesional; sencillo pues nunca alardea sobre sus logros; humilde porque es sencillo en su trato con las personas. En resumen es una persona con un carisma especial y una personalidad que atrae a su público televidente.

Cabe mencionar que en esta pregunta fue posible contestar más de una respuesta, por eso mismo el total no coincide con los demás cuadros, sino que es el total de respuestas brindadas por los encuestados.

7.3 DEL ASPECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA

Para medir este aspecto se tomaron en cuenta las siguientes variables: Aceptación de las recetas y Contribución del programa a la conservación de la cocina guatemalteca.

7.3.1 Pregunta No. 5 ¿Considera que las recetas que se presentan en el programa son fáciles de preparar?

**CUADRO No. 12
PREPARACION DE RECETAS**

Del total de encuestados un 82% opinó que si son fáciles de preparar, mientras que un 18% considera que no.

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Si | 108 | 25 | 133 | 82 |
| No | 20 | 9 | 29 | 18 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Se deduce que al ser un 82% de los encuestados los que respondieron que si consideran que las recetas son fáciles de preparar, es porque los ingredientes que se utilizan en la preparación de cada platillo son fáciles de conseguir o se pueden sustituir. En otras palabras los encuestados han puesto en práctica algunas recetas que han sido compartidas por el Chef Luis del Cid del programa Cocina Sal y Pimienta y han notado que son sencillas y fáciles.

7.3.2 Pregunta No. 6 ¿Qué tipo de comida le gustaría que se preparara en el programa con mayor frecuencia?

De las personas encuestadas un 37% considera que le gustaría que se preparara comida salada y un 21% comida guatemalteca. Un 23% le gustaría que se preparara comida dulce y un 19% comida internacional.

**CUADRO No. 13
 COMIDA PREFERIDA**

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|----------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Comida Salada | 53 | 13 | 66 | 37 |
| Comida Dulce | 41 | 0 | 41 | 23 |
| Comida guatemalteca | 28 | 9 | 37 | 21 |
| Comida internacional | 21 | 13 | 34 | 19 |
| Total | 143 | 35 | 178 | 100% |

Del cuadro anterior se puede analizar que está dividido en dos áreas comida dulce y salada por una parte, y por otra comida guatemalteca e internacional. De la primera área se puede observar que los entrevistados tanto hombres como mujeres prefieren la comida salada con un 37% ya que es la que usualmente más se degusta y según el 21% prefieren que esta comida sea guatemalteca, ya que es la preferida; en la segunda área se puede observar que un porcentaje menor 23% prefiere la comida dulce y que sea internacional con un 19%, en otras palabras a los encuestados les gustaría que los platillos salados que se preparan en el programa **Cocina Sal y Pimienta** sean los nacionales y los postres que se preparen sean de otros países. Un dato curioso que se puede observar es que en el sexo masculino ninguno de los encuestados prefiere la comida dulce, no así el sexo femenino.

7.3.3 Pregunta No. 7 ¿Cree que las recetas que se preparan en el programa le ayudan a aprender sobre la comida tradicional guatemalteca?

De los encuestados un 61% considera que si contribuye el programa a la conservación de la tradición en la elaboración de la comida nacional, mientras que un 39% no lo cree así.

CUADRO No. 14
CONTRIBUCIÓN DEL PROGRAMA A
APRENDER SOBRE LA COMIDA
GUATEMALTECA

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Si | 83 | 16 | 99 | 61 |
| No | 45 | 18 | 63 | 39 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

El programa según los resultados tenidos a la vista si contribuye a la conservación de la tradicional comida guatemalteca, pues consideran los encuestados que si se preparan platillos nacionales que les ayudan a conservar esta tradición, puesto que en el programa **Cocina Sal y Pimienta** se preparan platillos guatemaltecos como: pepián, chilaquillas, fiambre, entre otros.

7.3.4 Pregunta No. 8 ¿Qué platillos ha preparado de los que se presentan en el programa?

De los encuestados un 7% ha preparado fiambre y otro 7% pie de mango.

**CUADRO No. 15
PLATILLOS PREPARADOS
POR LOS ENCUESTADOS
DE LOS QUE SE PREPARAN EN EL PROGRAMA**

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------------------|----------|-----------|-------|------------|
| Fiambre | 12 | 0 | 12 | 7 |
| Pie de Mango | 12 | 0 | 12 | 7 |
| Pepián | 5 | 4 | 9 | 5 |
| Torta de arroz y torta frutas | 9 | 0 | 9 | 5 |
| Cubiletes y rellenitos | 5 | 4 | 9 | 5 |
| Pollo árabe y sushi | 5 | 4 | 9 | 5 |
| Papa rellena | 9 | 0 | 9 | 5 |
| Pescado y Choap Suey | 9 | 0 | 9 | 5 |
| Chilaquillas | 9 | 0 | 9 | 5 |
| Berenjena c/queso | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Fresco de ensalada | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Comida agridulce | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Pollo al cajún | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Sandwich de atún | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Cerdo agridulce | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Lasagna | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Fajitas de res | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Arroz mixto | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Bolován | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Ensalada de manzana | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Café Capuccino | 4 | 0 | 4 | 2 |
| Ninguno | 20 | 15 | 35 | 20 |
| No contestó | 12 | 4 | 16 | 9 |
| Total | 155 | 31 | 186 | 100% |

Total según número de respuestas.

Entre las comidas que más preparan los encuestados están: el fiambre y el pie de mango, es decir, que si observamos el sexo que más prepara estos platillos es el femenino, lo cual coincide con el cuadro anterior, también se puede observar que otras comidas preparadas por el sexo femenino son: Pepián, torta de arroz, cubiletes y rellenitos, pollo árabe,

papa rellena, pescado y chaop suey, chilaquillas y torta de frutas. El sexo masculino prepara los siguientes platillos: pepián, cubiletes y rellenitos, pollo árabe y sushi. Es decir, que el sexo masculino también participa en la preparación de las recetas que se presentan en el programa **Cocina Sal y Pimienta** siendo estos los platillos que han preparado los encuestados.

7.4 DEL PROGRAMA EN GENERAL

Para analizar este aspecto se tomaron en cuenta las siguientes variables: música, duración del programa, participación de los televidentes en los concursos, nivel de recordación de los anuncios publicitarios que se transmiten y calificación del programa.

7.4.1 Pregunta No. 9 ¿Cómo le parece la música que acompaña al Chef Luis del Cid mientras prepara las recetas?

De los encuestados un 54% considera que la música le parece agradable, un 41% la considera muy agradable y un 5% la considera poco agradable.

CUADRO No. 16
MÚSICA QUE ACOMPAÑA EL PROGRAMA
COCINA SAL Y PIMIENTA

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Muy agradable | 49 | 17 | 66 | 41 |
| Agradable | 71 | 17 | 88 | 54 |
| Poco agradable | 8 | 0 | 8 | 5 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Se puede considerar las palabras agradable y muy agradable en un grado similar para medir el gusto de los entrevistados respecto a la música de marimba que acompaña al Chef Luis del Cid mientras prepara las recetas de cocina en el programa **Cocina Sal y Pimienta** pues, incluso varios encuestados dijeron que les gusta mucho la música de marimba porque los hace sentir más nacionalistas. Es decir, que un 95% considera este tipo de música la más adecuada para acompañar el programa mientras se preparan los deliciosos platillos.

7.4.2 Pregunta No. 10 ¿Considera que el programa cuenta con el tiempo suficiente para preparar las recetas? El programa dura 30 minutos.

De las personas encuestadas un 82% consideró que si es el tiempo suficiente, mientras que un 18% considera que no.

CUADRO No. 17
EL PROGRAMA CUENTA CON
EL TIEMPO SUFICIENTE

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Si | 112 | 21 | 133 | 82 |
| No | 16 | 13 | 29 | 18 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Se puede deducir que un alto porcentaje considera que el programa cuenta con el tiempo suficiente para preparar las recetas, pues el Chef Luis del Cid en la planificación de las mismas distribuye perfectamente el tiempo y es el suficiente para realizar todo lo que se necesita.

Pregunta 10.1 Si contestó No. ¿Cuánto tiempo considera necesario?

De los encuestados que contestaron que no es el tiempo necesario 30 minutos, un 71% considera que 45 minutos sería el tiempo suficiente y un 29% considera que 60 minutos.

CUADRO No. 18
TIEMPO SUFICIENTE
PARA EL PROGRAMA

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| 45 minutos | 13 | 8 | 21 | 71 |
| 60 minutos | 4 | 4 | 8 | 29 |
| O más | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 17 | 12 | 29 | 100% |

Se puede observar que un porcentaje bastante alto considera que 45 minutos sería el tiempo suficiente para presentar el programa, pues las personas que contestaron que no son suficientes 30 minutos argumentaron que ellos desean que el programa **Cocina Sal y Pimienta** sea ampliado para que se detallen más cada uno de los elementos que se muestran en el programa.

7.4.3 Pregunta No. 11 ¿Ha participado en los concursos que se llevan a cabo en el programa?

De los encuestados un 72% no ha participado en los concursos y un 28% si ha participado.

CUADRO No. 19
PARTICIPACIÓN EN LOS CONCURSOS

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Si | 41 | 4 | 45 | 28 |
| No | 87 | 30 | 117 | 72 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Se puede deducir que el nivel de participación representa un tercio del público televidente lo cual es muy significativo, tomando en cuenta que la mayoría de personas que forma parte del público objetivo del programa trabajan, pues no les queda mucho tiempo para poder participar.

Pregunta 11.1 ¿En cuál? Concurso ha participado.

De las personas encuestadas que respondieron que si han participado en concursos, un 28% participó en los concursos que se llevaron a cabo por el Aniversario del programa, un 18% en los concursos del Día de la Madre y un 18% en el concurso de Pasta Iola.

CUADRO No. 20
PARTICIPACIÓN EN CONCURSOS

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Aniversario | 8 | 5 | 13 | 28 |
| Día de la Madre | 8 | 0 | 8 | 18 |
| Pasta Iola | 8 | 0 | 8 | 18 |
| Estufas | 4 | 0 | 4 | 9 |
| Ollas | 4 | 0 | 4 | 9 |
| Día del Cariño | 4 | 0 | 4 | 9 |
| No contestó | 4 | 0 | 4 | 9 |
| Total | 40 | 5 | 45 | 100% |

Se puede deducir que las personas participaron mayormente en el programa de Aniversario, ya que fue en el que más se le dio auge, pues se llevó a cabo en el restaurante Arrin Quan y donde más regalos se rifaron, por ser precisamente un año más de vida del programa. Pero la celebración del Día de la Madre también fue muy importante, pues es el día de las madrecitas y por ser el público del programa mayormente de mujeres casadas y con hijos, las personas participaron muy alegremente. Aunque también es importante mencionar que el concurso de Pasta Iola llamó mucho la atención, se sortearon 144 ollas especiales para cocinar pasta y la participación fue masiva.

7.4.4 Pregunta No. 12 De los comerciales que se presentan durante la transmisión del programa ¿ cuáles recuerda?

De los encuestados un 21% se recordó de la marca B&B, un 19% de la marca Malher y un 12% de la marca Olmeca.

**CUADRO No. 21
NIVEL DE RECORDACIÓN
DE COMERCIALES**

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Pollo Rey | 29 | 0 | 29 | 11 |
| Bimbo | 13 | 0 | 13 | 5 |
| Malher | 34 | 16 | 50 | 19 |
| Gallo Dorado | 26 | 0 | 26 | 10 |
| B&B | 42 | 13 | 55 | 21 |
| Olmeca | 29 | 2 | 31 | 12 |
| Buona Pasta | 8 | 0 | 8 | 3 |
| Sensat | 8 | 0 | 8 | 3 |
| Micromac | 5 | 0 | 5 | 2 |
| Ducal | 0 | 5 | 5 | 2 |
| Ninguno | 8 | 8 | 16 | 6 |
| No contestó | 13 | 3 | 16 | 6 |
| Total | 215 | 47 | 262 | 100% |

Las marcas más recordadas por el público tanto en hombres como en mujeres son: Productos B&B, Consomé Malher, Aceite Olmeca. Otra marca más recordada por el sexo femenino es: Pollo Rey y Arroz Gallo Dorado. Todos estos productos se usan diariamente en la cocina de las mujeres que contestaron la encuesta, es por ello que su nivel de recordación fue bastante alto, pero también es importante mencionar que los hombres usan los primeros tres productos mencionados.

7.4.5 Pregunta No. 13 ¿En general cómo calificaría el programa **Cocina Sal y Pimienta**?

De las personas encuestadas un 54% opinó que el programa le parece Bueno y un 46% que le parece regular.

CUADRO No. 22
CALIFICACIÓN DEL PROGRAMA

| Respuestas | Femenino | Masculino | Total | Porcentaje |
|-------------------|-----------------|------------------|--------------|-------------------|
| Bueno | 66 | 21 | 87 | 54 |
| Regular | 62 | 13 | 75 | 46 |
| Malo | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 128 | 34 | 162 | 100% |

Se puede observar en el cuadro que un porcentaje mayor del 50% opina que el programa es bueno y un porcentaje un poco menor del 50% opina que el programa es regular. Si se toma en cuenta que para medir la calificación del programa en general la palabra bueno y regular tienen mucha similitud, entonces deducimos que un 100% de las personas encuestadas tanto hombres como mujeres considera que el programa tiene un nivel de aceptación bastante bueno, ya que ninguno opinó lo contrario.

DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

• PERFIL DE TELEAUDIENCIA

Se puede concluir en que el perfil del público televidente del programa **Cocina Sal y Pimienta** está definido por las siguientes variables: Sexo, Edad, Ocupación Actual, Nivel de Instrucción, Profesión y Estado Civil. Las cuales mostraron los siguientes resultados después de pasar una encuesta en la colonia 1ro. De Julio Zona 5 de Mixco:

En cuanto a la variable Sexo, se determinó que un 79% son de sexo femenino y un 21% de sexo masculino. Es decir, que el público del programa es del género femenino en un mayor porcentaje, pero también una pequeña parte del público está conformada por el sexo masculino.

La Variable Edad, se definió que los rangos de edad tomando en cuenta el sexo femenino y masculino son: 25 - 34 años con un 31% y 35-44 años con un 31%, ahora también cabe mencionar que en el sexo femenino un 20% son del rango 45-54 años. Es decir, que de 25-54 años es la edad del público televidente.

La variable Ocupación Actual, se determinó que un 59% de los encuestados tanto en sexo femenino como masculino, son personas que actualmente están trabajando, pero que tienen trabajos por la tarde o trabajan por su cuenta. Mientras que un 41% no trabaja. En otras palabras, el público del programa son en su mayoría personas trabajadoras.

La variable Nivel de Instrucción, se concluyó que un 23% llegó al nivel universitario pero no lo terminó y un 15% llegó al nivel diversificado pero no lo terminó y otro 10% si terminó el nivel universitario. En otras palabras, el público que tiene el programa **Cocina Sal y Pimienta**, tiene un alto nivel de instrucción, pues los porcentajes más altos sobresalen en el nivel universitario y diversificado.

La variable Profesión, se concluyó que un 10% de las mujeres encuestadas son secretarias y otro 10% de los hombres encuestados son bachilleres. Un 21% estudió otras carreras como: Maestros (as), enfermera, trabajadora social e ingeniero. Este hecho hace influir la decisión de las personas respecto a sus hábitos de medios, pues entre más culta sea una persona, más tendrá el deseo de superarse en muchos aspectos de su vida personal, en este caso el de aprender sobre la cocina, sintonizando el programa **Cocina Sal y Pimienta**.

La variable Estado Civil, se concluyó que un 41% de los encuestados tanto hombres como mujeres son solteros (as), pero un 38% son casados (as), un 13% son divorciadas y un 8% son viudos (as). Sobresale el hecho de que tanto mujeres como hombres en su mayoría son personas solteras, pero comparando cifras un porcentaje un poco más bajo resalta que también hay personas casadas, se puede deducir que casi en promedio las personas que ven el programa **Cocina Sal y Pimienta** son de ambos sexos (tanto mujeres como hombres) y de la misma edad (25-44 años) pero la mitad son personas solteras y la mitad son personas casadas, aunque ambos tienen los mismos intereses sobre el arte culinario.

• EN CUANTO AL CONDUCTOR DEL PROGRAMA

Para medir la simpatía del conductor del programa **Cocina Sal y Pimienta** el Chef Luis del Cid, se tomaron en cuenta las siguientes variables: Presentación, el Lenguaje utilizado, su Carisma o Simpatía con el público.

La variable Presentación o Imagen, se concluyó que un 90% define la imagen del conductor como buena, ya que es impecable y muy profesional.

La variable Lenguaje, un 74% opinó que el lenguaje utilizado por el Chef Luis del Cid es muy fácil de entender, pues no usa palabras complicadas o técnicas y cuando usa una palabra desconocida se esmera en explicar en qué consiste.

La variable Carisma o Simpatía, se dividió en dos preguntas, en la primera se concluyó que un 85% de los encuestados coincidieron en que el Chef Luis del Cid es una persona totalmente agradable, en la segunda pregunta los encuestados contestaron que: Un 30% lo considera una persona amigable, un 23% dinámico, un 19% sencillo y un 16% humilde. Las características analizadas en esta pregunta permiten conocer la opinión de los encuestados quienes consideran al Chef Luis del Cid como una persona con personalidad: amigable, ya que brinda una sonrisa a su público cada mañana en toda ocasión; dinámico porque en su presentación en todo momento está demostrando su habilidad como profesional; sencillo pues nunca alardea sobre sus logros; humilde porque es sencillo en su trato con las personas. En resumen es una persona con un carisma especial y una personalidad que atrae a su público televidente.

• ASPECTO EDUCATIVO DEL PROGRAMA

Para medir este aspecto se tomaron en cuenta las siguientes variables: Aceptación de las recetas y Contribución del programa a la conservación de la cocina guatemalteca.

En la variable Aceptación de las recetas, se concluyó que: un 82% considera que las recetas que se presentan en el programa son fáciles de preparar, pues los ingredientes son sencillos y fáciles de conseguir.

En cuanto al tipo de comida que prefieren que se prepare en el programa los encuestados contestaron que les gusta la comida salada con un 37% y que sea comida guatemalteca con un 21%.

En la variable Contribución del programa a la conservación de la cocina guatemalteca se concluyó que: un 61% considera que el programa **Cocina Sal y Pimienta** si contribuye a que no se pierda la tradición de preparar los deliciosos típicos platillos guatemaltecos.

Los platillos que han preparado las personas que miran el programa **Cocina Sal y Pimienta** en el sexo femenino: fiambre, pie de mango, pepián, torta de arroz, papa rellena, pescado y chilaquillas; el sexo

masculino: pepián, cubiletes y rellenitos, pollo árabe y sushi.

- **DEL PROGRAMA EN GENERAL**

Para evaluar este aspecto se tomaron en cuenta las siguientes variables: Música, Tiempo del programa, Participación en concursos, Nivel de recordación de las marcas patrocinadoras y Calificación del programa.

Respecto a la variable Música, se concluyó que un 95% considera que la música de marimba es la más adecuada para acompañar al Chef Luis del Cid en la preparación de las recetas, pues es un elemento muy nacionalista que le da un toque especial al programa.

La variable Tiempo del programa, un 82% consideró que 30 minutos es el tiempo suficiente para presentar y preparar las recetas. Un 18% consideró que no es el tiempo suficiente, que 45 minutos serían los necesarios.

La variable Participación en concursos, un 28% si ha participado en los concursos o promociones que se llevan a cabo en el programa, principalmente en el concurso por Aniversario del programa y por el Día de la Madre.

La variable Recordación de marcas, se concluyó que el sexo femenino recuerda las siguientes marcas: B&B, Malher, Aceite Olmeca, Pollo Rey y Gallo Dorado. Sexo masculino: Malher, B&B, Olmeca y Ducal.

La variable Calificación del programa, se concluyó que un 100% considera el programa como aceptable y bueno, pues es presentado por una persona muy carismática y las recetas son fáciles de preparar.

CONCLUSIONES

- Se determinó que el perfil de teleaudiencia del programa Cocina Sal y Pimienta posee las características siguientes: Las personas televidentes pertenecen principalmente al sexo femenino, comprendidas en las edades de 25 a 54 años de edad; aunque un pequeño segmento del sexo masculino en las edades de 25 a 44 años también ve el programa.

Estas personas en su mayoría trabajan. El nivel de instrucción es bastante alto, ya que un alto porcentaje tiene nivel universitario sin terminar y nivel diversificado.

Las carreras que estudiaron a nivel medio son: Bachilleres, secretarias, y maestros (as) y en el nivel universitario trabajadoras sociales e ingenieros. En cuanto al estado civil la mitad son solteros (as) y la otra mitad casados (as).

- Se determinó que el programa Cocina sal y pimienta si contribuye a la conservación de la comida tradicional guatemalteca, pues en el programa se preparan platillos nacionales que ayudan a conservar la gastronomía de nuestra cultura.

Los principales platillos guatemaltecos que se preparan son: pepián, chilaquitas, fiambre entre otros.

- Se estableció el proceso de producción del programa Cocina sal y pimienta en cual describe en el capítulo No. 4 en el inciso 4.8

RECOMENDACIONES

- A canal 7

Se recomienda que propicie las investigaciones de teleaudiencia de su producción televisiva ya que conociendo al público de cada programa hábitos y preferencias se planifica y produce para este determinado segmento del mercado.

- Al Programa Cocina Sal y Pimienta

Aunque según los encuestados el programa Cocina sal y pimienta si aporta a nuestra cultura gastronómica guatemalteca se recomienda que el programa se preparen platillos salados de la cocina guatemalteca y postres o comida dulce de la cocina internacional, preferencia que hizo evidente luego del análisis del cuestionario.

Se recomienda que el programa debe motivar más la participación activa de la teleaudiencia en las promociones que presenta ya que solo un 28% de los entrevistados ha tenido la oportunidad de participar. Por ejemplo en el concurso del día de la madre solamente un 18% de los entrevistados participó.

- A La Escuela de Ciencias de la Comunicación

Se recomienda que motive la realización de proyectos de investigación de televisión ya que un comunicador debe estar preparado para trabajar en cualquier proyecto televisivo y debe hacerlo de acuerdo a la realidad nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INVESTIGACIÓN

1. Álvarez Cajas, Víctor Manuel. 1988. Tamaño de la muestra: procedimientos usuales para su determinación. Tesis de maestría. Centro de Estadística y Cálculo. Colegio de postgrado. Montecillos, México.
2. Mérida González, Aracelly Krisanda. 1997. Guía para elaborar y presentar proyectos de tesis. Guatemala: Ciencias de la Comunicación.
3. Mérida González Aracelly Krisanda. 1997. Apuntes para la redacción de referencias bibliográficas y citas de texto. Guatemala: Ciencias de la Comunicación.
4. Scott B. 1998. Introducción a la investigación y evaluación educativa. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Instituto de Investigación y Mejoramiento Educativo.

LIBROS CONSULTADOS

5. Del Río Reynaga, Julio. 1991. Teoría y práctica de los géneros periodísticos. México: Diana.
6. Hawes, William. 1993. Ante la cámara. Colombia: Editores Géminis.
7. Kanitz, Livia. 1968. La producción integral en t.v. Argentina: Editorial América Lee.
8. Mendoza, Eduardo. 1987. El mundo de la televisión. Guatemala: Litografías Modernas.
9. Millerson, Gerald. 1989. Técnicas de realización y producción en televisión. España: Instituto Oficial de Radio y Televisión.
10. Pineda Alvarez, Mariana. 2000. Historia del cine y televisión en Guatemala. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
11. Valkenburgh, Van. 1973. Televisión básica 1. Estados Unidos: Editorial Continental.

ENCICLOPEDIAS

12. Enciclopedia Deusto. 1990. Enciclopedia Empresarial de Publicidad. España: Ediciones Deusto, Planeta Agostini.

TESIS CONSULTADAS

13. Abadío Ramírez, Brenda Maribel. 1999. Audiencia de radio Universidad en las zonas impares de la ciudad capital de Guatemala. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
14. Barillas Roldán, Glenda Odette. 2001. El perfil del periodista profesional en los medios de comunicación escritos. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
15. Escobedo Chinchilla, Elvia Zulena. 1999. La investigación de mercados, una herramienta para la toma de decisiones del publicista. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
16. Lorenzana Méndez, Otto Estuardo. 1998. Como influyen las promociones en los hábitos de audiencia: Radio Educativa o Radio Musical, estudio en el complejo habitacional Nimajuyú zona 21 de la ciudad capital. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
17. Méndez Morales, Carlos Enrique. 2001. Proceso de producción del programa Nuestro Mundo por la Mañana de canal siete. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
18. Palencia Molina, Edgar Francisco. 2001. Una propuesta básica de realización de documentales en video para televisión. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala:

18. Palencia Molina, Edgar Francisco. 2001. Una propuesta básica de realización de documentales en video para televisión. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
19. Roesch Palomo, Iván Rodolfo. 1999. Preferencia de los medios de comunicación en los jóvenes del asentamiento "La Unión" de Villalobos I del Hormiguero de Villalobos. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala, Escuela de Ciencias de la Comunicación.

DOCUMENTOS CONSULTADOS

20. Fupedes. 2000. Historia, desarrollo y perspectiva del cine, televisión y cable. Folleto de carrera a distancia de periodismo profesional para el desarrollo. Guatemala: Universidad de San Carlos, Escuela de Ciencias de la Comunicación.
21. IBOPE-TIME. 2001. Consideraciones técnicas sobre la muestra maestra. Guatemala: IBOPE-TIME.
22. IBOPE TIME. 2001. Consideraciones técnicas sobre la muestra operativa. Guatemala: Departamento de Estadística Centroamérica.
23. Idem. 2000. Información demográfica, económica e incidencia de medios. Guatemala: Grupo II Comunicación, S.A.

DIRECCIONES DE INTERNET CONSULTADAS

24. www.casaclubtv.com
Programación Casaclub. Estados Unidos: 24/05/02
25. www.discoverychannel.com
La historia de Discovery Channel. Estados Unidos: 24/05/02
26. malito: ibope.ibope.com.co
27. http://ibope.com.co/info analisis.htm
Historia Ibope. Colombia: 24/05/02
28. http://www.multivision.com.mx/programacion7disc_pres.html
Canales: Discovery. Estados Unidos: 24/05/02

29.<http://tvazteca.com/npantalla/programas/consello/interes.shtml>
Programación TvAzteca 13. México: 24/05/02

ENTREVISTAS

- Licda. Sandra Gálvez. Coordinadora del programa: "Nuestro Mundo"
- Pbsta. Ana Luisa González. Asistente de Producción del programa "Aló que tal América".
- Depto. de Mercadeo de Televisiete, S.A.
- Instituto Nacional de Estadística. (INE, último censo 1994).

PERIÓDICOS CONSULTADOS

- Periódico Al Día. Artículo: Tres años de condimentar la TV del 5 de junio de 1999.
- Periódico Al Día. Artículo: Cinco años de condimentar la TV del 26 de junio del 2001.

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
 TESIS: TELEAUDIENCIA DEL PROGRAMA COCINA
 SAL Y PIMIENTA EN LA COLONIA 1ro. DE JULIO
 ZONA 5 DE MIXCO.

El siguiente cuestionario tiene como objetivo investigar elementos relevantes sobre la teleaudiencia del programa "Cocina sal y pimienta" transmitido por canal 7. La información obtenida en este cuestionario tiene fines de estudio privados.

CUESTIONARIO

I. DATOS DEMOGRAFICOS

| A. SEXO | B. EDAD | C. OCUPACION ACTUAL | D. NIVEL DE INSTRUCCION | E. PROFESIÓN | F. ESTADO CIVIL |
|------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|---|--|--|
| Femenino <input type="checkbox"/> | 14-24 <input type="checkbox"/> | Trabaja <input type="checkbox"/> | Sabe leer <input type="checkbox"/> | Secretaria <input type="checkbox"/> | Soltero (a) <input type="checkbox"/> Casado (a) <input type="checkbox"/> Viudo (a) <input type="checkbox"/> Divorciado (a) <input type="checkbox"/> |
| Masculino <input type="checkbox"/> | 25-34 <input type="checkbox"/> | No Trabaja <input type="checkbox"/> | No sabe leer <input type="checkbox"/> | Perito <input type="checkbox"/> | |
| | 35-44 <input type="checkbox"/> | | Primaria <input type="checkbox"/> | contador <input type="checkbox"/> | |
| | 45-54 <input type="checkbox"/> | Trabaja <input type="checkbox"/> | Básicos <input type="checkbox"/> | Bachiller <input type="checkbox"/> | |
| | 55-64 <input type="checkbox"/> | | Nivel diversificado Terminado <input type="checkbox"/> | Perito en Mercadotecnia <input type="checkbox"/> | |
| | 65 o más <input type="checkbox"/> | | Nivel diversificado Sin terminar <input type="checkbox"/> | Otras <input type="checkbox"/> | |
| | | | Nivel universitario Terminado <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | | | Nivel universitario Sin terminar <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| | | | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |

0. ¿Ve el programa "Cocina sal y pimienta" que se transmite por canal 7?
Si No
1. ¿Cómo le parece la imagen que proyecta el conductor del programa?
Buena Regular Mala
2. ¿Considera que el lenguaje utilizado por el conductor es fácil de entender?
Si No
3. Considera que el conductor del programa es?
Muy Agradable Agradable Poco agradable
4. ¿Cómo considera que es la personalidad del conductor?
Humilde Sencillo Amigable
Dinámico Dominante Agresivo

5. ¿Considera que las recetas que se presentan en el programa son fáciles de preparar?
Si No

6. ¿Qué tipo de comida le gustaría que se preparara en el programa con mayor frecuencia?
Comida salada Comida guatemalteca
Comida dulce (postres) Comida internacional

7. ¿Cree que las recetas que se preparan en el programa le ayudan a aprender sobre la comida tradicional guatemalteca?
Si No

8. ¿Qué platillos ha preparado de los que se presentan en el programa?

9. ¿Cómo le parece la música que acompaña al chef Luis del Cid mientras prepara las recetas?
Muy agradable
Agradable
Poco agradable

10. ¿Considera que el programa cuenta con el tiempo suficiente para preparar las recetas? El programa dura 30 minutos.
Si
No Si contestó No, ¿cuánto tiempo considera necesario?
45 minutos 60 minutos o más

11. ¿Ha participado en los concursos que se llevan a cabo en el programa?
Si ¿En cuál?
No

12. De los comerciales que se presentan durante la transmisión del programa ¿De cuáles se recuerda?

13. En general cómo calificaría el programa "Cocina sal y pimienta"?
Bueno Regular Malo