

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



**PROCESO DE PRODUCCIÓN
DEL
PROGRAMA MUNDO JOVEN**

Presentado por

ANA LUISA GONZÁLEZ ESTRADA

Previo a optar al Título de

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor

Lic. César Paiz

Guatemala, marzo de 2007

DL
16
T(535)



COMUNIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

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

Guatemala, 26 de febrero de 2007.
ECC 104-07

Señor (a)(ita)
Ana Luisa González Estrada
Esc. Ciencias de la Comunicación

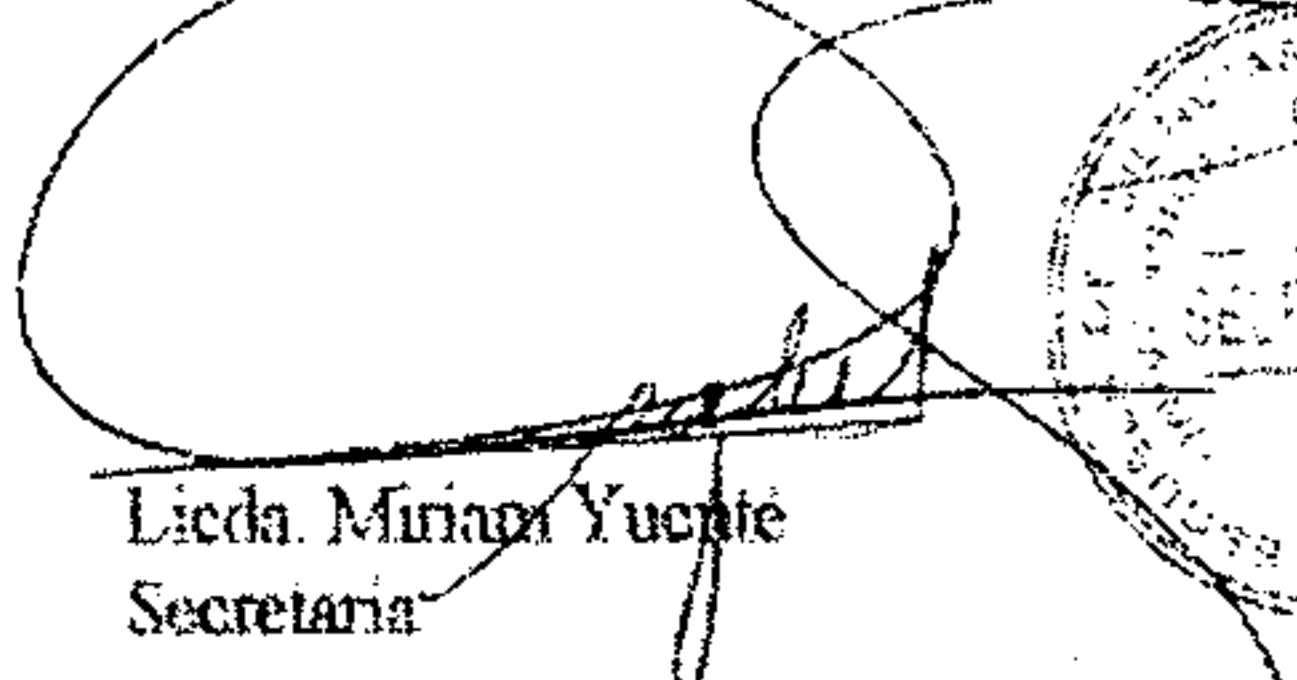
Estimado (a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el inciso 19.7 del Punto DECIMO NOVENO del Acta Extraordinaria No. 05-07 de sesión celebrada el 22-02-07.

"DECIMO NOVENO:...19.7...El Consejo Directivo, ACUERDA: a) Aprobar el trabajo de tesis titulado: PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN, presentado por el (la) estudiante **Ana Luisa González Estrada**, Carné No. 9015285, con base en el 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. Fernando Arévalo, M.A. Maria del Rosario Estrada y M.A. Donald Vázquez (suplente), para que con los miembros del Comité de Tesis, Lic. César Paiz (Presidente), Lic. Byron Chinchilla y M.A. José María Torres, para que 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"


Licda. Miriam Yucate
Secretaria

MY/csg



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

UNIVERSIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

APROBACIÓN TERNA REVISORA

Guatemala,

Señores
CONSEJO DIRECTIVO
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio

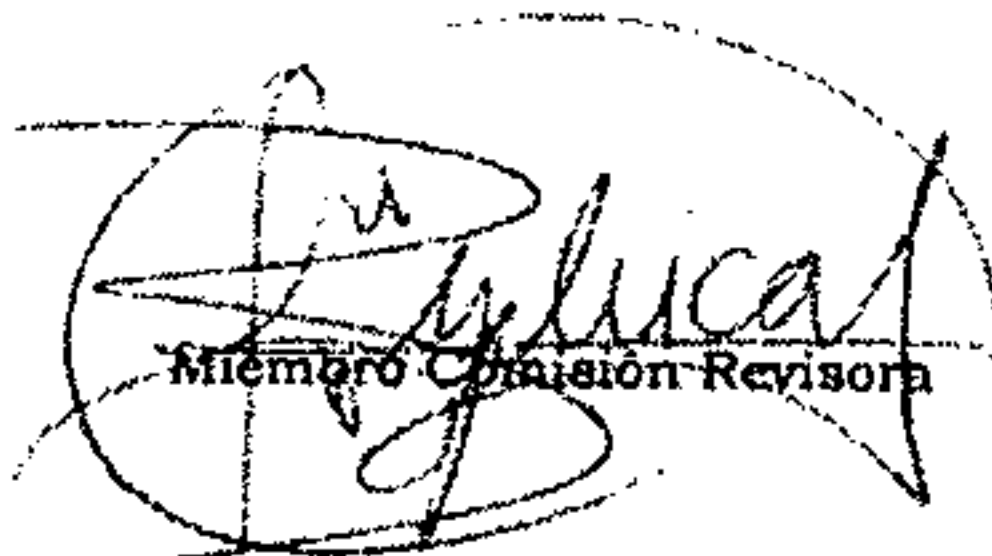
Distinguidos Señores:

Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante Ana Luisa
GONZÁLEZ ESTRADA Carné 9015285

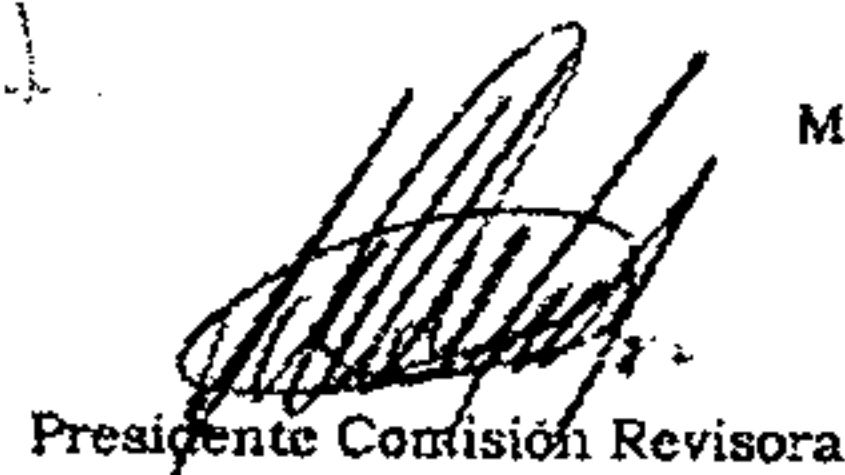
Ha realizado las correcciones y recomendaciones a TRABAJO DE TESIS, cuyo título es:
PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA
MUNDO JOVEN.

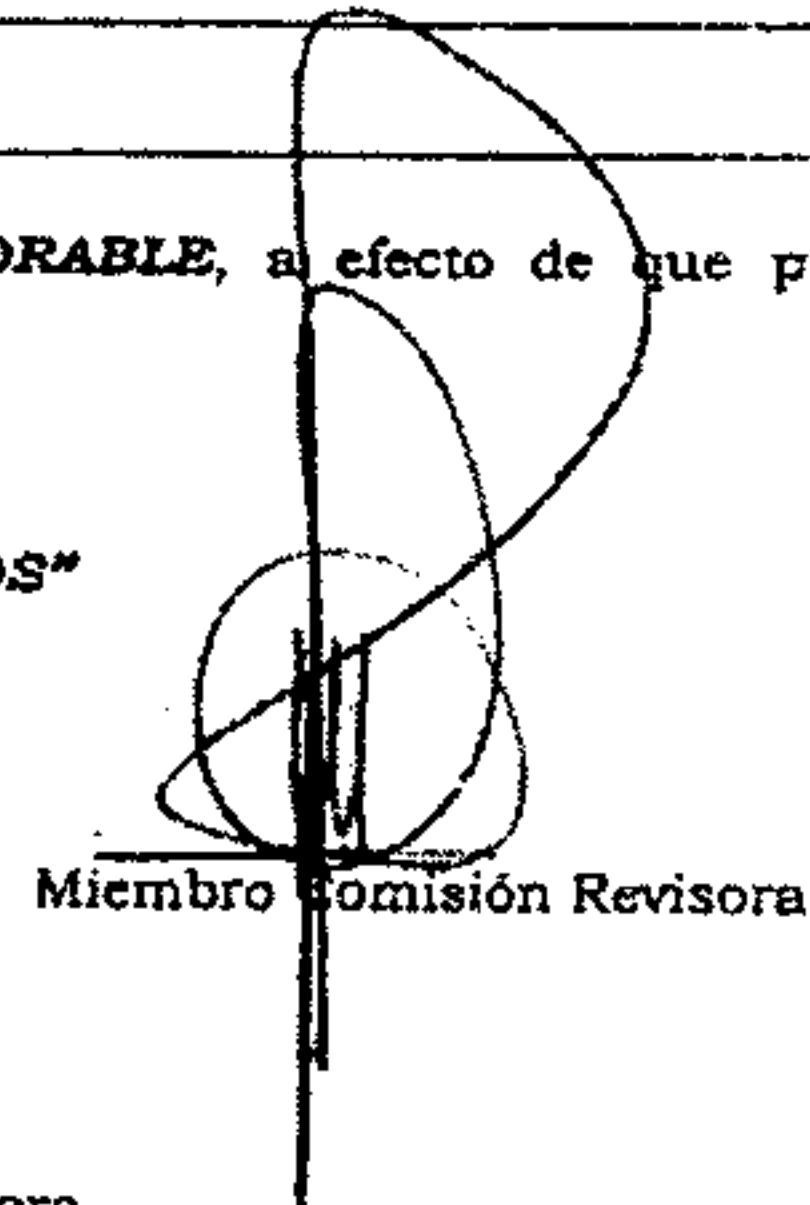
En virtud de lo anterior, se emite **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

Atentamente,


Miembro Comisión Revisora

"D Y ENSEÑAD A TODOS"


Presidente Comisión Revisora


Miembro Comisión Revisora

Cc. Archivo



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

Guatemala, 28 de septiembre de 2006
ECC 1,234-06

Señor (a) (ita)
Ana Luisa González Estrada
Esc. Ciencias de la Comunicación

Estimado(a) Señor (a) (ita):

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por El Consejo Directivo, en el Inciso 24.6 del Punto VIGESIMO CUARTO del Acta Extraordinaria No. 28-06, de sesión celebrada el 27-09-06.

"VIGESIMO CUARTO: 24.6... El Consejo Directivo, 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), M.A. José María Torres, Lic. Byron Chinchilla, para que integren el Comité de Tesis que habrá de analizar el trabajo de tesis del (a) estudiante ANA LUISA GONZÁLEZ ESTRADA, Carné No. 9015285, cuyo título es: PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN. 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 ENSEÑANZA A TODOS"

Licda. Miriam Yucutá
Secretaria



MY/csg



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

Guatemala, 07 de agosto de 2006
Dictamen Aprobación 287-2006
CT-Akmg

Señorita
Ana Luisa González Estrada
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Presente


Estimada señorita Gonzalez:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el punto 2.7 el punto Dos del Acta 08-2006, de sesión celebrada el 31 de julio de 2006.

Dos 2.7 Comisión de Tesis ACUERDA: a) Aprobar a la estudiante Ana Luisa González Estrada, carné 9015285; el proyecto de tesis "Proceso de producción del programa Mundo Joven", b) Nombrar como asesor (a) a: Lic. César Paiz.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora
Comisión de Tesis



Akmg/
c.c. Comisión de Tesis

Por una Escuela con luz propia



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

Guatemala, 12 de septiembre de 2006

M.A.
Aracelly Mérida
Coordinadora
Comisión de Tesis
Ciudad Universitaria

Distinguida M.A. Mérida:

Por medio de la presente informo a usted que he revisado la versión final de la TESIS del (la) estudiante

ANA LUISA GONZALEZ ESTRADA

Camé No. 9015285

cuyo tema es
PROCESO DE PRODUCCION DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN

El citado trabajo llena los requisitos de rigor, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

Sin otro particular,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"

(f) Profesional que emite el dictamen



cc/archivo
estudiante

www.comunicacionueac.com.gt

Edificio Bienestar Estudiantil, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfonos (502) 476-9926, (502) 443-9500 extensión 1478

ACTO QUE DEDICO

A DIOS Y A LA VIRGEN DEL ROSARIO

Gracias Señor por estar siempre en mi corazón, por que siempre tienes una respuesta para mí, por derramar sabiduría y el haberme permitido culminar mi mayor sueño y a ti virgen santa por escucharme y proteger cada paso que he dado en mi vida.

A MIS PADRES

Jorge Mario González

María Antonieta de González

Por ser los guías que El Señor utilizó para mostrarme el camino a seguir tanto en mi vida profesional como en mi vida diaria, gracias por su amor, ayuda y sus sabios consejos.

A MI MAMÁ

Aura Marina Estrada Yaquián

Gracias por darme la vida, por ser mi amiga y compañera.

A MIS HERMANOS

Hugo Leonel, Sergio Armando y

Héctor Enrique

Gracias por ser los mejores hermanos por su amor incondicional

A MIS SOBRINOS

Katherine Paola, Diego Alejandro,

Emily Nicole y Alison Pamela

Por su amor puro, gracias por ser mis angelitos bellos porque son mi mayor inspiración.

A MI TIA

Margarita Estrada

Gracias por estar siempre conmigo, por su apoyo y amor

A LA FAMILIA

Rodríguez Chavarria

Gracias por su amor y su apoyo incondicional por estar siempre en los momentos más importantes de mi vida.

A MIS AMIGOS

Alejandro, Leo, Gary, Isabel, Chello,

Claudia, Mauricio, Pablo, Roberto, José, Chinito

Mario Agreda, Waleska, Chef Humberto, Francisco Ardón

Anahy, María Fernanda, Luís Car, Byron Chinchilla

Paola, Esperanza, Lestón, Alicia, Juan Pablo, Martha María.

Los buenos amigos son como las estrellas, no siempre puedes verlas, pero sabes que siempre están ahí cuando más los necesitas, gracias por su amistad sincera.

A

Rodolfo Rodríguez

Gracias por su amor y su amistad, gracias por estar siempre cuando lo necesito, por querer siempre lo mejor para mí.

AGRADECIMIENTO A

Canal 3 y 7 de Televisión de Guatemala
Al Departamento de Producción del Programa Mundo Joven, al
Departamento Técnico, en especial a

Rigoberto López
Jefe de Producción de los canales 3 y 7

Ingeniero Edgar Sandoval
Jefe del Departamento Técnico

Eliseo Santizo
Productor Mundo Joven

Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo

RESUMEN	
INTRODUCCIÓN	
JUSTIFICACIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
ALCANCES Y LÍMITES	3
OBJETIVOS	4
CAPÍTULO I	
TELEVISIÓN	
HISTORIA Y SUS FUNCIONES	5
1. Televisión	6
1.2 Televisión y Proceso de Comunicación	6
1.2.1 Técnica o Ingeniería	7
1.2.2 Producción y Dirección	8
1.2.3 Programación	8
1.3 Funciones de la Televisión	8
1.4 La Televisión como Medio de Entretenimiento	10
1.5 Historia de la Televisión en Guatemala	10
CAPÍTULO II	
SEMIOLOGÍA	12
2. ¿Qué es Semiología?	13
2.1 ¿Para qué sirve la Semiología?	13
2.2 ¿Cuáles son los Componentes?: Significado, Significante, Referente	13
2.2.1 Significado	14
2.2.2 Significante	14
2.2.3 Referente	14
2.3 El Signo: ¿Para qué sirve y sus Características?	15
2.3.1 ¿Para qué sirve el Signo?	15
CAPÍTULO III	
PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN	
UTILIZACIÓN DEL EQUIPO TÉCNICO Y HUMANO	16
3 Producción de Televisión	17
3.1 Equipo de Trabajo	17
3.1.1 Director de Producción	18
3.1.2 Productor General	18
3.1.3 Productor Ejecutivo	19
3.1.4 Asistente de Producción	19
3.1.5 Jefe de Piso o Coordinador	19
3.1.6 Secretaria	19
3.1.7 Conductores o Talentos	20
3.1.8 Reporteros	20
3.1.9 Camarógrafos	20
3.1.10 Asistente de Cámara	21
3.1.11 Escenógrafos	21
3.1.12 Director de Cámaras	21

3.1.13	Operador de VTR	22
3.1.14	Operador de Audio o Sonidista	22
3.1.15	Encargado del Generador de Caracteres	23
3.1.16	Editor	23
3.1.17	Luminotécnico o Técnico de Iluminación	24
3.2	Equipo que se Utiliza en la Producción de Televisión	24
3.2.1	El Switcher	24
3.3	Cámara	26
3.4	Audio	28
3.5	Iluminación	29
3.6	Producción en Estudio y Exteriores	32
3.7	El Estudio de Televisión	32
3.8	Exteriores	33
3.9	Formato de Guiones	33
3.10	El Guión	33
3.11	La Escenografía	34
3.12	Edición y Post - Producción	36
3.13	Post- producción	36
3.14	Islas de Edición	36
3.15	Desarrollo de Proyectos para Programas de Televisión	37

CAPÍTULO IV

PROGRAMA

MUNDO JOVEN

41

4.1	Antecedentes	42
4.2	Contenido Actual del Programa	42
4.3	Descripción del Programa	43
4.4	Segmentos del Programa	43
4.5	Patrocinadores	45
4.6	La Preproducción	45
4.7	La Producción	45
4.8	Proceso de Producción del Programa Mundo Joven	45
4.9	Equipo de Trabajo	46

CAPÍTULO V

MEDICIÓN DE RATING EN TELEVISIÓN

48

5.1	IBOPE- TIME GUATEMALA	49
5.2	TIME	49
5.3	Grupo IBOPE Latinoamérica	49
5.4	Precisión Confiabilidad y Rápidez	49
5.5	Base del Estudio Estadístico	50
5.6	¿Porqué Encuentro o Escucho diferentes datos de Rating para un mismo Programa? ¿Cuál debo creer?	50
5.7	¿A cuánto Equivale un punto de Rating?	51
5.8	Muestra Electrónica	51
5.8.1	¿Cómo se calcula el Rating?	52

CAPÍTULO VI		
MARCO METOLÓGICO		
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		55
6.1	Diseño de Investigación	56
6.2	Tipo de Investigación	56
6.3	Técnica de Investigación	56
6.5	Técnica y Procedimiento	56
6.5.1	Técnica	56
6.5.2	Muestra	57
6.6	Instrumentos	57
6.6.1	Entrevista	57
6.6.2	Encuesta	57
CAPÍTULO VII		
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE RESULTADO		58
7.1	Gráfica No 1	59
7.2	Gráfica No 2	59
7.3	Gráfica No 3	60
7.4	Gráfica No 4	60
7.5	Gráfica No 5	61
7.5.1	a.- Complacencias	61
7.5.2	b.- Guerra de Videos	61
7.5.3	c.- Franja Musical	61
7.5.4	d.- El retro	62
7.5.5	e.- Farándula	62
7.5.6	f.- El Hijo de Pu	62
7.5.7	g.- Reportajes Varios	63
7.5.8	h.- Actívate	63
	i. - Rock TV	63
7.6	Gráfica No 6	64
7.7	Gráfica No 7	64
7.8	Gráfica No. 8	65
7.9	Gráfica No. 9	65
7.10	Gráfica No. 10	66
7.11	Gráfica No. 11	66
CONCLUSIONES		67
RECOMENDACIONES		68
BIBLIOGRAFÍA		69
GLOSARIO		72
ANEXOS		84

RESUMEN

Título:	Proceso de Producción del Programa Mundo Joven
Realizado por:	Ana Luisa González Estrada
Universidad:	San Carlos de Guatemala
Unidad Académica:	Escuela de Ciencias de la Comunicación
Problema Investigado:	Proceso de Producción del Programa Mundo Joven
Instrumento:	Cuestionario

PROCEDIMIENTO DE DATOS

En la elaboración del trabajo de tesis denominado **PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN**, se utilizó la información recabada, obtenida a través de la experiencia adquirida durante nueve años de trabajar en la producción de programas en vivo, en los canales guatemaltecos de televisión canales 3 y 7. Así mismo con la información bibliográfica, entrevistas a personalidades que trabajan en el medio televisivo, proceso que debidamente concatenado permitió arribar a un resultado positivo que en este caso es el **“PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN”**.

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

Este trabajo consta de siete capítulos debidamente integrados entre sí. Proporciona toda la información necesaria de la producción de programas de televisión, incluyendo el punto específico y principal producción del Programa Mundo Joven.

Se inicia con una breve reseña histórica del desarrollo de la televisión y sus funciones.

La televisión sin duda alguna es el medio de comunicación más visto en todo el mundo, por lo cual podemos transmitir a nuestros receptores toda clase de información que sirva para guiarlos y orientarlos. Por ejemplo: programas culturales, noticieros, programas de diversión, películas, caricaturas, etc.

Los medios de comunicación a través de su existencia, han evolucionado tecnológicamente. La televisión como medio de comunicación social que se transmite en forma audiovisual y auditiva, se ha desenvuelto en todos sus aspectos, de tal manera que actualmente es el medio de mayor aceptación por sus características ya apuntadas. De ahí su importancia de que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación obtengan el conocimiento de este cambio constante, para alcanzar una preparación, así como su desenvolvimiento en la aplicación de conocimientos positivos o bien como cultura general.

La semiología es una parte principal para que el trabajo en televisión dé resultados positivos. Esta se ocupa de los sistemas de signos y aspectos de la realidad; pueden

transmitir mensajes conscientes y subconscientes, los cuales proporcionan métodos para analizar y comprender los mensajes subliminales que percibimos.

El proceso de producción requiere un amplio conocimiento del manejo, utilización del equipo técnico y humano. Para la producción de un programa de televisión no es suficiente decir **“Yo voy a producir un programa de televisión”**, esto es fácil pensarlo y expresarlo, obviamente no es así. No es posible producir un programa de televisión sino se tiene el conocimiento de lo que es, para qué sirve, cómo se hace. Es por ello que el tema se amplió y se explica cómo se puede y debe producir un programa de televisión, los pasos a seguir y qué equipo técnico debemos utilizar.

La tesis presenta un conjunto de datos que interrelacionados y estructurados entre sí establece cómo se produce el Programa Juvenil Mundo Joven. Describe cómo se integra el equipo de producción, cual es el contenido del programa, cómo se realiza cada uno de los segmentos que lo conforman.

Se realizaron encuestas que fueron aplicadas en la **Colonia Centroamérica**, zona 7 de la capital, sobre una población de 70 jóvenes de 15 a 28 años de edad, residentes en distintos puntos de la Colonia Centroamérica, a efecto de obtener una información adecuada y veraz.

El perfil del resultado obtenido de la encuesta realizada, acerca del Programa de televisión Mundo Joven, es satisfactorio y refleja el gusto y aceptación dentro de la juventud televidente que es a quien va dirigido especialmente.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la televisión ha cobrado gran importancia en el desarrollo intelectual, cultural, entretenimiento, educativo, político y económico en la sociedad guatemalteca, es por ello que decidí escribir sobre el tema **“PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN”**, estudiando e investigando todo a lo que se refiere al proceso de producción de dicho programa.

El fin de este trabajo es coadyuvar en el estudio y aplicación de las técnicas de producción de un programa de televisión tanto en vivo como diferido.

El trabajo se divide en siete capítulos:

El capítulo I relata el desarrollo de la historia de la Televisión y sus Funciones como un proceso de Comunicación en Guatemala.

El capítulo II define el concepto Semiológico, como la ciencia que estudia los sistemas de signos, lenguas códigos, etc.

El capítulo III abarca los puntos relacionados a la producción de programas de televisión detallando el material humano en sus distintas funciones y el material tecnológico y las definiciones de cada una de las herramientas empleadas en dicho proceso.

El capítulo IV nos introduce directamente al punto principal de la investigación que es el **“PROCESO DE PRODUCCION DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN”**, haciendo un análisis descriptivo de los segmentos que componen o que lo integran, y mencionando la importancia del patrocinio del programa como el recurso económico para su realización.

El capítulo V trata de la importancia que tiene la Medición del Rating para los programas de televisión tanto a nivel de la ciudad capital como del interior de la República, Así mismo describe a través de gráficas el proceso que lleva la medición rating.

El capítulo V se refiere al diseño, tipo, métodos técnicas, procedimientos y objetivos empleados en la investigación del tema desarrollado.

El capítulo VI finalmente, presenta gráficamente el resultado de las encuestas practicadas para la investigación de este trabajo.

JUSTIFICACIÓN

La televisión es parte de las tecnologías de la información y comunicación, conocidas como TIC. Alrededor de ella se han tejido una serie de opciones a favor o en contra.

Para algunos psicólogos la televisión es un medio que se utiliza para manipular la opinión o bien para crear subculturas. Es decir que crea en los niños y jóvenes estereotipos.

Hay quienes van más allá al atribuirle el efecto del consumismo sobre determinado producto.

La tecnología de la información y comunicación es parte del desarrollo social. Ante esta situación lo importante es el cómo emplear estas TIC en el quehacer diario.

La televisión entiende, educa e informa. Dentro de este marco, el presente trabajo busca dar a conocer el Proceso de Producción del Programa Mundo Joven, como un espacio de expresión de la juventud guatemalteca.

Este sector de la sociedad tiene un potencial que no se ha aprovechado. El Programa Mundo Joven busca con sus segmentos de entretenimiento transmitir mensajes de cómo estar alegre sin el consumo de bebidas alcohólicas. Además de dar a conocer talentos nacionales.

Mundo Joven muestra por medio de su producción la interacción de quienes lo realizan con el medio que los rodea. Son jóvenes que buscan más que un espacio dentro del mundo de las comunicaciones. Los productores llevan consigo una misión: hacer de la Televisión, por medio de una producción con bases científicas, un medio de comunicación, que entrega información, pero sobre todo que eduque.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La puesta al aire de un programa de televisión no es sencillo, porque a partir de su introducción al país, constantemente ha evolucionado tanto en el ámbito tecnológico como en el desarrollo social, de donde se presenta que los programas de televisión deben de producirse tomando en cuenta estos aspectos, y por otro lado, hay que responder los cuestionamientos que presentan las producciones, como se produce, cual es la tecnología empleada en este proceso, así como la calidad del elemento humano y las funciones que lo desempeñan. Además del uso de los aparatos técnicos que se emplean en la producción.

El tema relacionado al proceso de producción de programas juveniles además de lo ya manifestado, se necesita conocer otros aspectos importantes del contenido del programa de manera que le de importancia, lo haga interesante, además de atractivo; con el objeto de obtener del público televidente, su aceptación, simpatía y popularidad; para lograrlo, es necesario puntualizar sobre el conocimiento teórico práctico para la producción de programas de televisión en vivo, y su transmisión, por otro lado, es de vital importancia para lograr el éxito, conocer las circunstancias emocionales para lograr generar en los jóvenes televidentes la sensación de que están observando algo novedoso, útil a la sociedad y agradable.

ALCANCES Y LÍMITES

“PROCESO DE PRODUCCION DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN” aportará una herramienta a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, obteniendo los conocimientos teórico - prácticos empleados para la producción de programas de televisión en vivo y diferidos específicamente de programas de televisión para jóvenes.

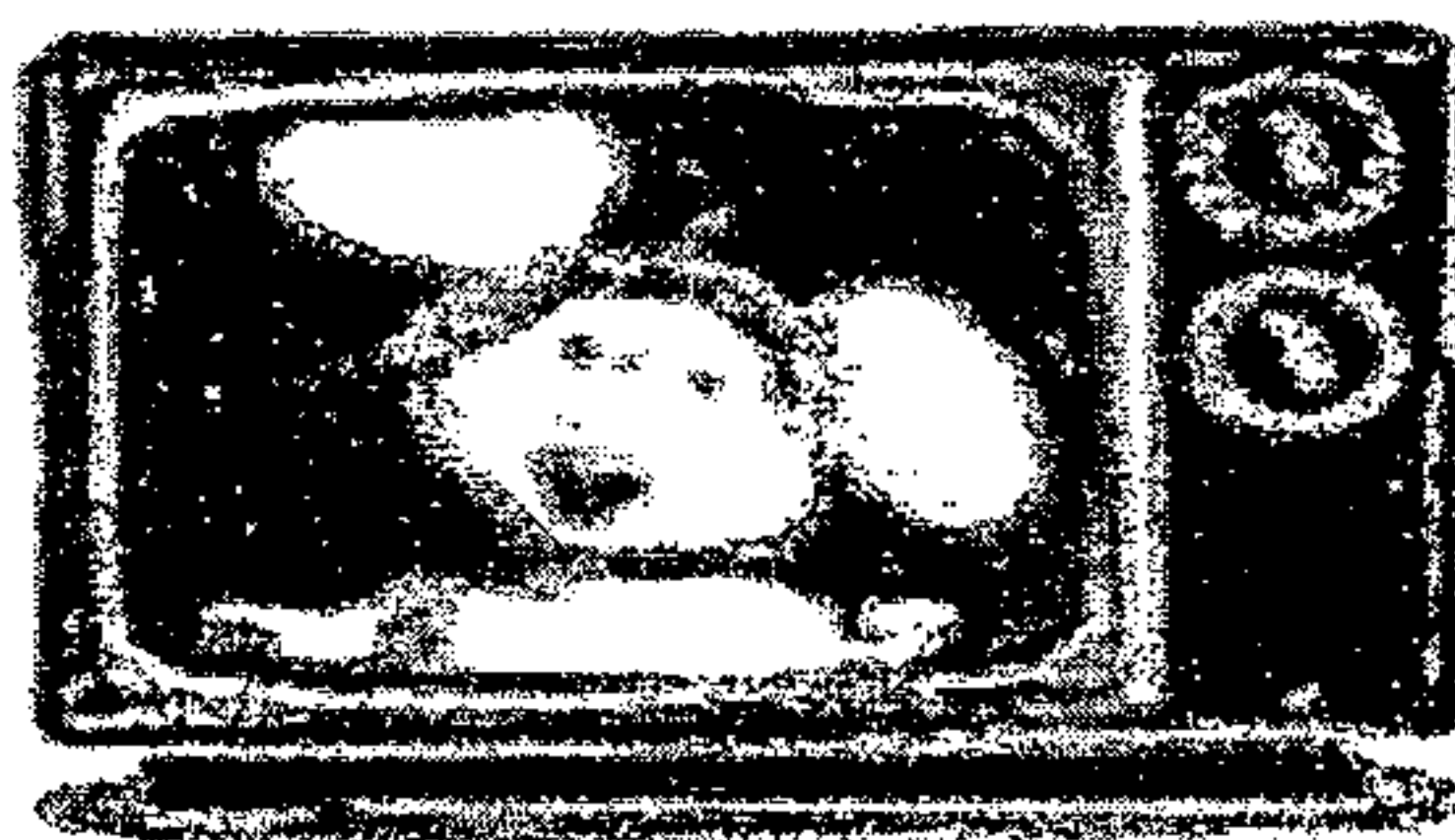
OBJETIVOS

OBJETIVOS GENERALES

- Establecer el Proceso de Producción Televisiva del Programa Mundo Joven.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los principios teóricos de la semiología y comunicación como parte fundamental para el desarrollo de la producción televisiva.
- Establecer, instituir y fijar el procedimiento y técnicas de cómo producir un programa de televisión.
- Que el estudiante conozca y aprenda la aplicación del equipo operativo que se utiliza para la producción de programas juveniles.



CAPÍTULO I

TELEVISIÓN
HISTORIA
Y SUS FUNCIONES

CAPÍTULO I LA TELEVISIÓN HISTORIA Y SUS FUNCIONES

PROPIEDAD DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Bibliotecas Centrales

1. LA TELEVISIÓN

El concepto de televisión es la "transmisión de imágenes ópticas a distancia, valiéndose de ondas hertzianas" (Diccionario Océano, 1990:s/n)

La palabra **Televisión**, de acuerdo a la definición anteriormente citada, significa acción y efecto de ver, empleando el sistema de transmisión de imágenes por medio de ondas electromagnéticas o hertzianas, a través de hilos electrónicos, cable o por el éter lo que conocemos como transmisión abierta.

La televisión sin dudar es uno de los más audaces inventos, y más aún el gran impulso de las cuestiones especiales, donde su contribución a los trabajos de investigación científica, han sido determinantes. Podríamos decir que la televisión es tomada en cuenta para toda una gama de servicios a favor del público de todos los estatus sociales, y así encontramos que los lentes de las cámaras aprovechan cualquier clase de eventos que sucedan en el mundo para transmitirlos a los televidentes ávidos de información o deseosos de ver su programa favorito.

Esta ha tenido una evolución muy interesante que nos permite conocer lo que es la televisión actual. Pero para comprender el surgimiento, crecimiento y desarrollo de este medio masivo de comunicación, que es de interés para todos, es importante reconocer los inventos y descubrimientos de tantos investigadores que llevaron a cabo el nacimiento de este gran medio.

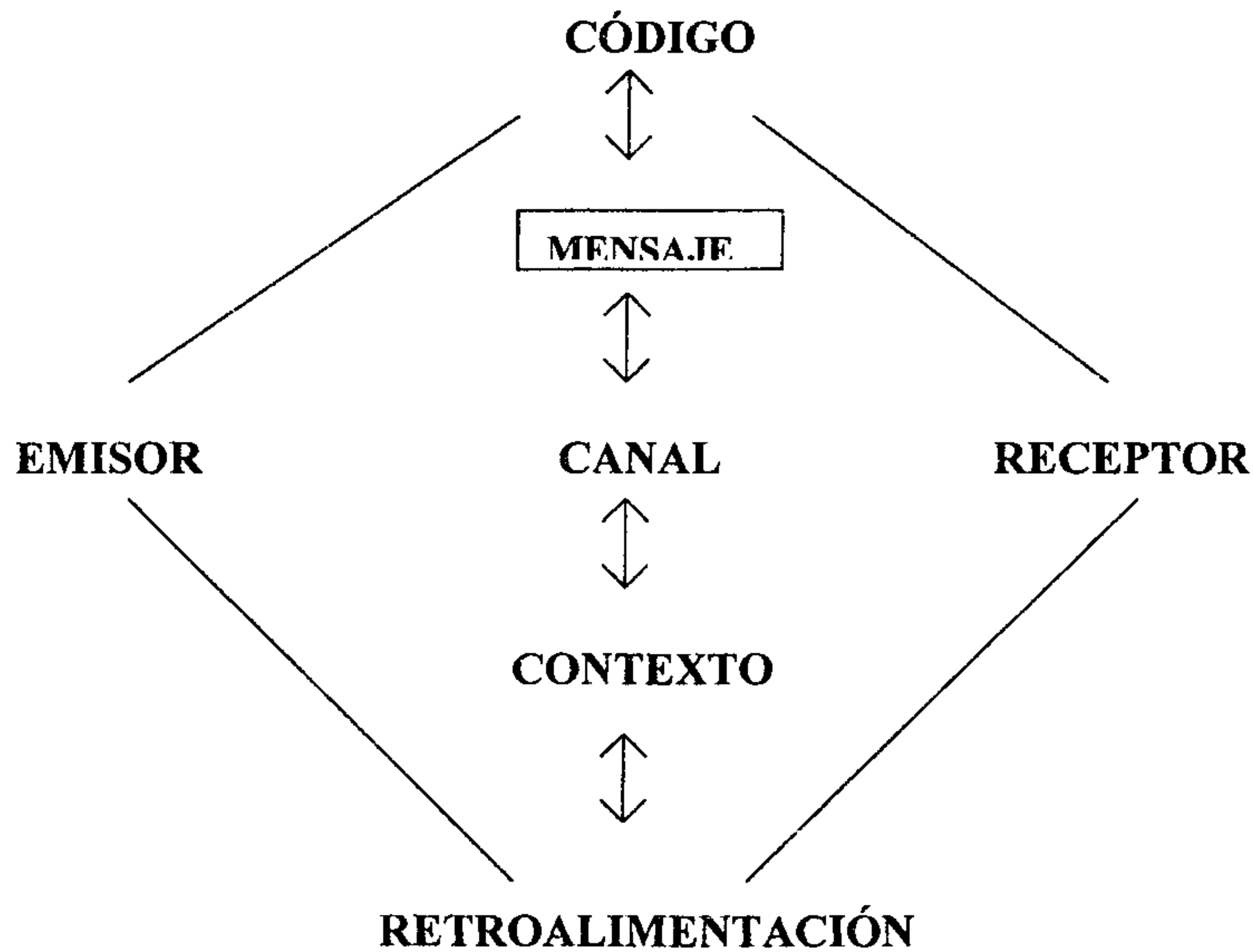
La historia de la televisión ha tenido varias etapas como la radiovisión, video y televisión. En 1900 surgió el término de televisión, que tuvo su origen en la fototelegrafía, sin olvidar que la radio tiene una interesante influencia en el descubrimiento de ésta (cf. Pardo et al., 1982)

De lo anterior se concluye que la televisión es la aptitud o capacidad de producir instantáneamente a distancia una imagen transitoria visible de una escena real o filmada por medio de un sistema electrónico de telecomunicación.

1.2 TELEVISIÓN Y PROCESO DE COMUNICACIÓN

Mientras va transcurriendo el tiempo se han realizado una variedad de estudios sobre la integración de la televisión en el proceso de comunicación la cual ha sido gradual. Con el paso del tiempo y a través de los avances técnicos, la televisión ha sufrido cambios en su tecnología, en su producción y en el manejo de su programación; pero como proceso de comunicación ha seguido el mismo modelo establecido por Shannon y Weaver desde 1947.

Esquema del Proceso de Comunicación



CANAL: Medio de transmisión del mensaje

RECEPTOR: Persona o audiencia que recibe el mensaje y lo decodifica.

RETROALIMENTACIÓN Respuesta o reacción del receptor en relación con la información recibida.

La evolución de televisión se ha dado en varias etapas, de las cuales podemos distinguir tres principales: técnica o ingeniería, producción y dirección, y programación.

1.2.1 Técnica o Ingeniería

Es el origen o comienzo del medio, en ésta se ubica toda la serie de descubrimientos e invenciones tecnológicas, en donde se combinan los sistemas de audio y video para ser transmitidos simultáneamente por el espacio.

La técnica utilizada para hacer posible la transmisión de las señales de audio y video se desarrolló rápidamente, desde la televisión de bulbos en blanco y negro, hasta la televisión avanzada donde el manejo de imagen y el audio digital sobrepasó lo imaginado.

1.2.2 Producción y Dirección

Aquí se efectúa la producción y codificación de los mensajes, surgen el productor y el director, quienes trabajan en conjunto para realizar programas de televisión para todo público, no para alguien en especial, sino para todo público. El inicio de esta segunda etapa se puede ubicar al final de los años treinta y principios de los cuarenta, (del s XX) cuando todavía eran muy pocos los telehogares, los programadores no se podían dar el lujo de segmentar al público para enviarles mensajes específicos; el objetivo era el de enviar mensajes estructurados para públicos heterogéneos. Mientras tanto los ingenieros de la etapa seguían perfeccionando su invento para lograr mayor calidad y cobertura con el fin de llegar a más hogares, con mayor calidad de señal y haciendo más accesible el costo de los aparatos receptores, para incrementar rápidamente el número de televidentes, propiciando la especialización de contenidos así como el inicio de la tercera etapa: **programación**.

1.2.3 Programación

Para comprender la función que realizan los productores y directores de televisión, es necesario definir dos conceptos, el primer concepto es **PROGRAMACIÓN**, es “la acción y efecto de programar” (Diccionario Océano 1990:s/n) y el segundo, **PROGRAMADOR** que es quien “prepara un programa” (Diccionario Océano 1990:s/n), el programador es la persona que piensa cómo se va a realizar un acto o un espectáculo, prepara los datos indispensables para la producción de un programa, y con base a éstos realiza los análisis de audiencia y ubicación en el horario adecuado, es decir que los programadores establecen los horarios para la transmisión de los programas; analizan el tipo de auditorio al cual quieren servir, y a la competencia, formándose así las bases para la aplicación de fórmulas de programación. Los conocimientos que debe tener un programador:

Contenido del programa
Programación de la competencia
Legislación del medio
Características del auditorio
Accesibilidad de programa
Presupuesto disponible

La combinación de estas tres etapas y el desarrollo de cada una de ellas contribuyen para realizar un producto final exitoso.

La programación entonces está íntimamente vinculada con los directores quienes son los que se encargan de dirigir los programas creados por el programador.

1.3 FUNCIONES DE LA TELEVISIÓN

Son muchos los puntos encontrados en cuanto a los efectos o controversias producidas por el medio sobre el televidente; la realidad es que no se puede calificar a la televisión como buena o mala. Pero en todo caso, sí evaluar a sus manejadores, quienes tienen la posibilidad de hacer de la televisión una herramienta constructora o un arma destructora.

Sin duda la televisión es un medio controversial, ya que une o separa, informa o desinforma, orienta o desorienta, educa o entorpece, entretiene o aburre al televidente.

El televidente es un receptor pasivo, que no necesita realizar esfuerzo alguno para asimilar el mensaje que se le transmite. La idea (fuente) ya codificada, es decir que formula y envía un mensaje en un lenguaje que se pueda interpretar (transmisor) forma el mensaje, y el canal es medio de difusión. Los dos tipos de canales: directo, conformado por las ondas electromagnéticas que transportan las señales de audio y video; y el técnico, formado por toda la infraestructura tecnológica hacen posible la capacitación de imagen y sonido para convertirlas en pulsos eléctricos, transmitir la señal y reconvertirla en luz a través de los televisores caseros. Audio con movimiento, nada o casi nada queda a la imaginación del receptor.

Según las teorías de comunicación más recientes, las personas interpretan y le dan sentido a los mensajes televisivos de muy distintas maneras, según sea su edad, sexo educación, clase social, raza, etc. Los receptores, asimilan, rechazan o negocian los significados televisivos en forma activa (cf. Barbero, 1987; Fuenzalida, 1989 García Candini, 1988). Resumiendo esta postura, Orozco (1991) señala:

“En el proceso de recepción, la audiencia no asume necesariamente un papel de receptor pasivo. Mentalmente, los televidentes frente al televisor se enrolan en una secuencia interactiva que implica diversos grados de involucramiento y procedimiento de contenido televisivo. Esta secuencia arranca con la atención, pasa por la comprensión, la selección, la valoración de lo percibido, su almacenamiento e integración con informaciones anteriores y finalmente, se realiza una apropiación y una producción de sentido”

Por medio de los sentidos más perceptivos que tenemos, la vista y el oído, toda persona se informa, se entretiene, se educa o recibe orientación; por esta razón, la televisión es el medio con mayor penetración del mensaje y quizá el de más influencia en la conducta del hombre.

No podemos negar que la pantalla chica durante los primeros años de transmisión de programas, provoca el cautiverio de la televisión hacia los receptores, asimila la mayoría de los mensajes, sin atreverse nadie a defraudar su contenido.

Conforme fue transcurriendo el tiempo se dio la necesidad de crear nuevos programas para variar la rutina diaria de épocas anteriores, a este hecho se le conoce como la “primera liberación del espectador”, debido a que éste logra, por primera vez, tener la posibilidad de elegir entre dos o más programaciones simultáneas.

Posteriormente, en las transmisiones de televisión se hizo uso del satélite lo que permitió su evolución, y el campo se amplía al tener el público acceso a la televisión por cable, el campo en la elección de mensajes gana espacio.

La audiencia por decisión propia ha aprendido a exigir y a presionar a las televisoras para mejorar su programación, creándose una verdadera competencia que da como resultado hacer mejor televisión. “si no se aprende a ver buena televisión, no se aprende hacer buena televisión”.

1.4 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE ENTRETENIMIENTO

Este consiste en ofrecer al público producciones locales y /o foráneas. Las emisiones se inclinan hacia una predeterminada mentalidad promedio, con ciertas preferencias o gustos marcados hacia determinados programas. Los distintos medios de comunicación, en este caso la televisión, deben dar a sus anunciantes programas que sean de interés para su grupo objetivo, sujetándose a las necesidades que el mismo requiera.

La televisión ofrece a los televidentes diversas opciones de entretenimiento, culturales, educativas, noticiosas, información de productos comerciales, que están a su alcance por tenerla en casa y en cualquier hora y momento puede enterarse de noticias de último momento.

La televisión si bien es cierto ofrece grandes ventajas para adquirir el conocimiento, a un costo actualmente relativamente bajo y disponible en todo momento, porque si bien es cierto en un principio fue privilegio o lujo para familias pudientes, éste ha pasado a ser un medio más accesible y necesario para todas las personas de diferentes niveles que buscan este medio como la mejor posibilidad de entretenimiento.

“El campo de la televisión que por su naturaleza es un medio de comunicación audiovisual debe ser presentado con gran responsabilidad profesional para alcanzar satisfactoriamente sus funciones de entretener educar e informar.

Entretener es buscar que su programación sea sana y recreativa, que divierta y levante el animo de la audiencia, en suma, que sea ingenioso, divertido, que tenga un humor festivo alegre.

Educativo, consiste en la presentación de programas encaminados en desarrollar las facultades mentales tanto de las personas que presencien el programa como de los participantes en diversos actos de la programación, con el fin de que el conocimiento se adquiera de manera fácil y accesible a toda clase social.

Informativa, todo proceso de comunicación informativa debe responder a una necesaria organización de datos según sea el tipo de información que se pretende transmitir y que así presenten una clara visión de la realidad, de tal manera que la noticia o conjunto de noticias llegue a la teleaudiencia en forma veraz y objetiva.”
(Entrevista Ardón Francisco)

1.5 HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN GUATEMALA

En los Estados Unidos la televisión fue todo un suceso del que en Guatemala, a través de los medios escritos y la radio se tuvo conocimiento y que revolucionaba el arte de entretenimiento y de la información, invento que llegó a Guatemala a finales de la década de los 50.

La televisión en Guatemala ha pasado por una serie de etapas su evolución se resume de la siguiente manera:

Canal 8 de Televisión, fue el primero en surgir transmitiendo por primera vez el 15 de febrero de 1955 en blanco y negro.

El Coronel Carlos Castillo Armas en ese entonces Presidente de la República inauguró este canal como oficial el 14 de febrero de 1956, iniciando sus transmisiones en 7ª avenida y 6ª calle de la zona 1 de la ciudad capital.

El 15 de mayo de 1956 surge el Canal 3 de Televisión, promovido y financiado por la iniciativa privada, con una amplia y variada programación.

Este canal celebró el 15 de mayo del 2006 sus bodas de oro; 50 años de transmisión ininterrumpida, es el primero en Centro América que transmite digitalmente terrestre a través de canal 19 UHF, señal de alta definición lo que obviamente lo coloca entre los primeros canales en proporcionar a la teleaudiencia programas de alta calidad.

1968 fue sumamente importante para la televisión, pues fue el principio del enlace con la televisión mundial, lo que permitió ver el segundo juego de la selección de Guatemala en los juegos Olímpicos de México, desde entonces Canal 3 **EL SUPER CANAL**, ha venido evolucionando y llevando a cada uno de los hogares guatemaltecos su programación nacional e internacional.

Canal 7 de Televisión fue el tercero en surgir y el primero de Centro América, que operó con un equipo de video; transmitió programas en vivo y películas extranjeras; actualmente se caracteriza por ser el **PRIMERO EN DEPORTES**.

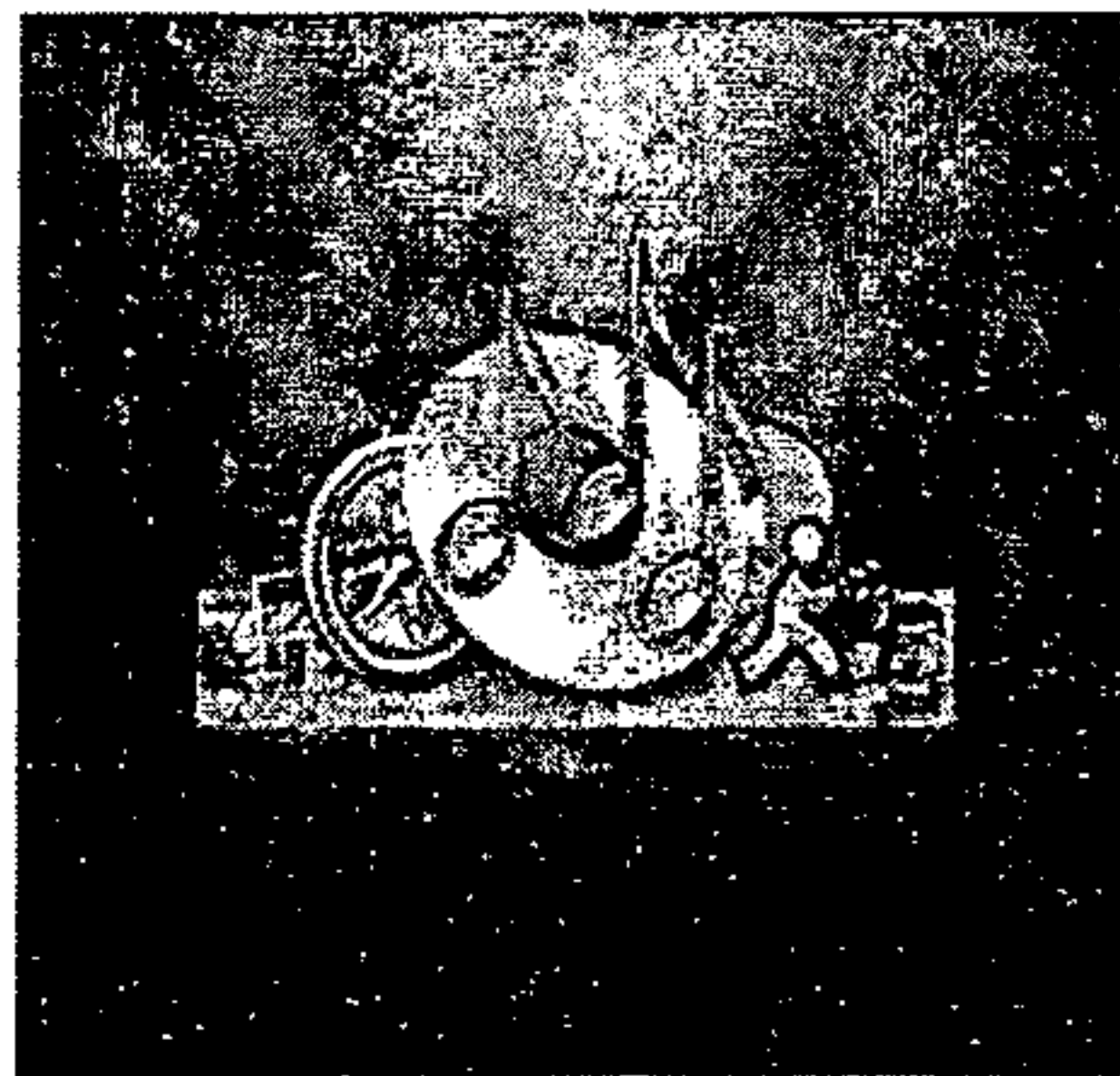
La constante evolución de la televisión dio como resultado el surgimiento de otros canales, así, el 26 de octubre de 1966, surge Canal 11; el 20 de Septiembre de 1978, el 13, posteriormente el 1 de agosto de 1979 inició labores el canal 5 denominado **CULTURAL Y EDUCATIVO**, propiedad del Ejército de Guatemala lo que le da carácter gubernamental. (Radio Televisión Guatemala, S.A. Luis Rivera, 1984: 3/5)

El 27 de mayo de 1984 sale el aire el canal 21, de carácter netamente religioso, operando UHF (ultra alta frecuencia).

En 1987 hace su aparición el canal 25 con una programación totalmente musical actualmente desaparecido y en ese lapso de tiempo el canal 27 de Televisión, también de carácter religioso, transmitiendo programas de esa índole.

El Canal Antigua, este canal de televisión transmite programas nacionales y extranjeros y puede sintonizarse a través de la señal de cable,

Canal 31 de Televisión, finalmente surge en 2006, este canal sale al aire UHF, **LATITUD TELEVISIÓN**, con variada programación.



CAPÍTULO II

LA SEMIOLOGÍA

CAPÍTULO II SEMIOLOGÍA

2. ¿QUÉ ES SEMIOLOGÍA?

La semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos, lenguas, Códigos señalizaciones, etc. Ferdinand de Saussure la concibió como la: **“Ciencia que estudia todos los sistemas de signos. Estudio de los signos dentro de la vida social”** (Diccionario Océano uno 1990:s/n)

Se sabe que la semiología estudia el proceso de comunicación. Por ello es una herramienta para publicidad, debido a que los mensajes publicitarios son el objetivo de estudio de la semiología.

Todo proceso de comunicación tiene componentes, mediante el cual se produce un intercambio de información. La semiología es una ciencia que estudia los sistemas de signos. Entre éstos se destacan las situaciones sociales y funciones lógicas de los mismos. (Guiraun, 1976:7)

La semiología o la semiótica ayuda a conocer el significado del universo simbólico mediante el cual se expresan las personas. Los signos están ligados al sistema de la vida de todo ser humano y están representados en realidad objetiva, tanto en el plano material como el espiritual.

Roland Barthes toma como base el concepto de Saussure e indica que la semiología depende del lenguaje, porque a través de éste regula el sistema de signos. Asimismo, usa dos nociones teóricas saussurianas, que se utilizan en semiología, como lo es la lengua y el habla.

“El lenguaje, es la específica facultad que el hombre tiene de poder expresar y comunicar sus pensamientos; lenguaje es cualquier sistema que sirva al hombre para ejercitar la mencionada facultad de comunicar sus pensamientos”. (Océano, 1986:13)

2.1 ¿PARA QUÉ SIRVE LA SEMIOLOGÍA?

La semiología nos ayuda a estructurar de manera adecuada un mensaje (Toussaint, 1981:59) Es decir, contribuye a organizar componentes de un mensaje en el lugar, espacio, tiempo y momentos precisos.

La semiología estudia sistemas de signos que la componen y dependiendo del lugar que ocupen significarán algo en determinada sociedad. Por tanto, es necesario tener los elementos adecuados (signos) del texto y la imagen para desarrollar un mensaje, así mismo para que el receptor perciba bien la parte importante del mismo.

2.2 ¿CUÁLES SON LOS COMPONENTES? Significado, Significante y Referente

Para Barthes, la semiología trata de estudiar el modo de organización de los componentes de un objeto: esto es, de sus significantes y consecuentemente de sus significados (Toussaint, 1981:59).

Levi Strauss dice que los diversos modos de significación de las relaciones sociales y de los objetos se estructuran en lenguajes diferentes, según cada contexto social (Paoli, 1983:45). Esto quiere decir que todo proceso de significación tiene varios componentes de signos que intervienen en el mismo.

Saussure indica que el signo es una entidad de tres caras, compuesta de significante, significado y referente. Es decir que todo proceso de significación se divide en esas tres formas (Eco, 1976:26)

2.2.1 Significado

El significado es: "la idea inmediata que refiere un significante; es decir, es el concepto en si del objeto o cosa" (Interiano, 1995:111). Porque es la otra cara del signo que correspondería a la sustancia del mismo.

Barthes dice que significado es la representación psíquica de la cosa: significante, es un mediador cuya definición no puede ser separada del significado (Toussaint, 18981:59). Con lo anterior se puede decir que el significante pasa a ser lo que se le denomina denotado y el significado es lo connotado.

El significado es una unidad netamente cultural. Ello significa que las características esenciales que necesita un objeto para ser signo varían de cultura, y a veces de persona a persona (Pedroni, 1995: 70,88). Es decir que la idea de un sujeto u objeto cambia constantemente.

2.2.2 Significante

El significante es la forma o sustancia material del signo; es decir, es una representación real del objeto, pero no define en totalidad (Interiano, 1995:111). Por ejemplo, el signo de una foca es la representación a cerca del animal que se llama foca.

El significante es la concreción que captamos y de acuerdo al sentido receptor se clasifica en: significante visual, táctil, olfativo, gustativo y auditivo (Pedroni, 1995:46). Es decir, el significante no cambia la representación real del objeto, porque los sentidos lo captan tal como es. Pedroni concluye diciendo que significante es una condición necesaria para la manifestación del significado.

2.2.3 Referente

El referente es el objeto real al que se refiere el signo; es decir, es todo aquello que pueda concretarse como real o fantástico (Interiano, 1995:111).

El referente es aquel signo que se refiere a algo existente, real, individual, colectivo, concreto o abstracto.

Es decir, es un conjunto de objetos o acciones presentes y futuras, las cuales se relacionan con circunstancias complejas para hacer posible una comunicación (Pedroni, 1995:45).

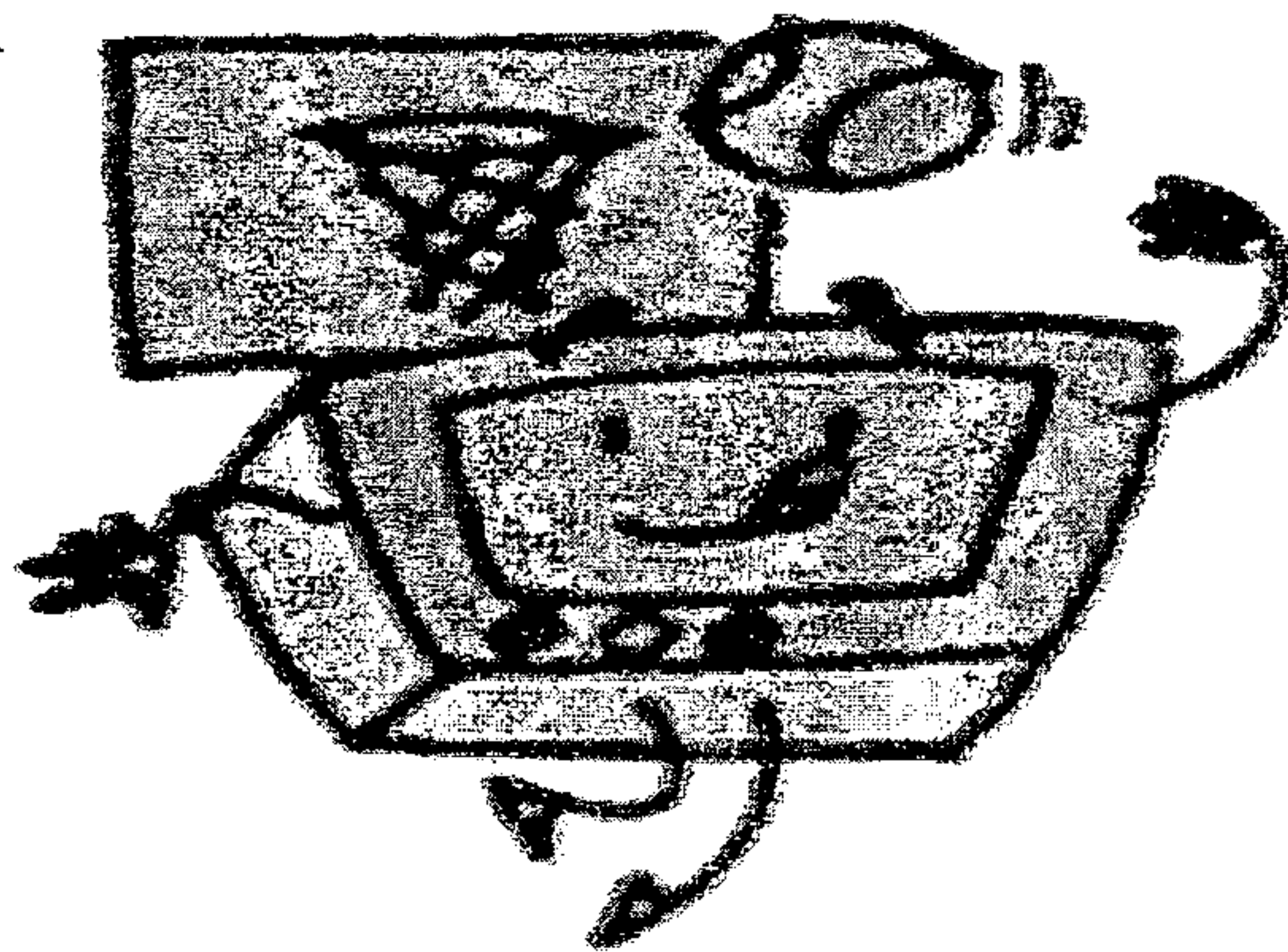
2.3 EL SIGNO: ¿PARA QUÉ SIRVE Y SUS CARACTERÍSTICAS?

El signo es algo que responde por otra cosa, que representa otra cosa y que es comprendido o interpretado por algo. Es decir que es un vehículo de comunicación, que forma un conjunto de asociaciones manifiestas e informativas, que conllevan una dirección en la vida de los hombre (Eco, 1976:13).

2.3.1 ¿Para qué sirve el Signo?

El signo nos sirve para transmitir una información. Indica a alguien, algo que otro conoce y quiere que lo conozcan los demás tan bien. Es decir que comunica ideas por medio de mensajes (Eco, 1976:21).

El signo puede dividirse en tres categorías: índice, ícono y símbolo. El índice ocurre cuando existe una relación material entre el signo y el referente con el objeto, es decir, que mantiene una relación directa con la realidad. Ícono es cuando el signo tiene un carácter en sí mismo y produce características de la realidad (Eco, 1976:57). Los símbolos que se utilizan en las instituciones son representados por monogramas que los identifican.



CAPÍTULO III

PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN
UTILIZACIÓN DEL EQUIPO
TÉCNICO Y HUMANO

CAPÍTULO III PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN UTILIZACIÓN DEL EQUIPO TÉCNICO

3. PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

La producción de televisión no es más que el conjunto de elementos (instrumentos) y procedimientos técnicos y de operación, también se requiere de la intelectualidad del ser humano (tratamiento expresivo y codificación de los signos) que se necesitan en la elaboración del mensaje audiovisual. Una definición de lo que es producción según el Diccionario Enciclopédico Uno, es "Película, programa o emisión radiofónica o televisiva que se presenta al público". Esta definición hace pensar en el producto obtenido y que sea visto por el público, en este caso los programas en vivo, películas y eventos deportivos, culturales, religiosos que se transmiten a la teleaudiencia.

La producción o realización en televisión es la actividad que se lleva a cabo al elaborar mensajes ya sean éstos de índole comercial, educativa, deportiva religiosa, noticiosa utilizando los símbolos.

Toda producción requiere de un productor, esta persona es la encargada de darle forma al programa que ya a producir, es decir, que es la cabeza del proyecto a desarrollar; además, se requiere de que más personas le ayuden a ejecutar su proyecto.

El producir un programa de televisión no es tan sencillo como todos creen, para llevar a cabo un proyecto de esta índole es necesario tener conocimientos básicos de todo el equipo operacional, equipo de trabajo, etc. Además de estos principios fundamentales el productor debe tener creatividad y un nivel de estudio avanzado pues se necesita tener conocimientos comunicacionales.

Toda persona que produzca un programa de televisión, presentará su proyecto en donde plasme sus ideas, con características creíbles para que se pueda vender la idea; e investigar a profundidad su grupo objetivo para así determinar qué posibles patrocinadores puede adquirir y hacer un estudio del presupuesto para los gastos que el proyecto requiera.

El secreto del éxito de todo programa de televisión es tener conformado un equipo que trabaje en armonía donde todos participen en la elaboración del mismo, en otras palabras, trabajar en equipo.

3.1 EQUIPO DE TRABAJO

Toda producción requiere de un equipo humano, el cual debe estar capacitado para el manejo de la tecnología a utilizar, un detalle muy importante para la realización de un programa es la disposición de tiempo para poder entregar un producto final de calidad para el televidente.

Es muy importante recalcar que hacer televisión no es de una sola persona, se debe trabajar en equipo, siendo éstos: un director de producción, productor general, productor ejecutivo, asistente de producción, coordinador, secretaria, conductores, reporteros, camarógrafos, asistente de camarógrafos y escenógrafos.

Además de las personas anteriormente mencionadas debemos de requerir personal de estudio el cual debe ver todo lo técnico, siendo éstos: un director de cámara, operador de videotape, operador de audio, asistente de operador de audio, generador de caracteres, camarógrafos en estudio, editor, luminotécnico.

3.1.1 DIRECTOR DE PRODUCCIÓN: Es la persona de más alto rango a nivel producción, es la que evalúa aprueba y define nuevos proyectos en cuanto a la producción de un programa.



DIRECTOR DE CÁMARAS

3.1.2 PRODUCTOR GENERAL: La producción de televisión no es un proceso democrático. Hay un jefe que debe estar por encima del funcionamiento total de la producción y toma decisiones finales. Sobre los hombros de esta persona recae la total responsabilidad del programa.

El productor tiene a su cargo todo proceso de producción desde la concepción de la idea, hasta la entrega del programa a transmitir. El productor debe ser líder, creativo, curioso en todo sentido, debe ser organizado, debe conocer el funcionamiento, capacidad y limitaciones de los equipos que dispone.

Otra de las cualidades importantes que se requiere para ser productor es saber explicar con claridad las responsabilidades de cada miembro de su equipo, debe tener claro entendimiento de los conceptos en los que se basa el programa y asegurarse de mantenerlo dentro del concepto. Debe ser veraz y objetivo e ir al lado de los avances tecnológicos.



PRODUCTOR GENERAL

3.1.3 PRODUCTOR EJECUTIVO: Es la persona que ejecuta, realiza y promueve ideas o nuevos proyectos avalados por el productor general, es el administrador.



PRODUCTOR EJECUTIVO

3.1.4 ASISTENTE DE PRODUCCIÓN: Es la persona que asiste o ayuda al productor, a fin de hacer posible la realización del programa. En otras palabras el asistente de producción es la mano derecha del productor. Un colaborador permanente que en determinado momento estará llamando a un invitado para el programa o pasando prots que se utilizarán en el programa, etc.



ASISTENTE DE PRODUCCIÓN

3.1.5 JEFE DE PISO O COORDINADOR: Es el representante del director en el piso de estudio. Su nombre original es "FLOOR MANAGER" o jefe de piso. Este es la máxima autoridad en el piso del estudio durante la realización del programa. Está en permanente comunicación con el director a través del sistema de intercomunicadores, y transmite las instrucciones de éste al personal que trabaja en el piso y que no está escuchando al director.



COORDINADOR

3.1.6 SECRETARIA: Su función es de coordinación y mantener orden en la oficina, tiene a su cargo el control de la caja chica, así como lo referente a las entrevistas que se presentarán en el programa.

Dentro de sus funciones también está controlar la distribución de cámara en exteriores y de la distribución de las islas de adición.



SECRETARIA

3.1.7 CONDUCTORES O TALENTOS: El conductor es la persona que tiene como principal actividad motivar al televidente y llevarlo de un lugar a otro dentro del programa, guiarlo para que su atención se mantenga y no se pierda, lo que implica cuidar su ritmo e interés.

La personalidad del conductor debe ser acorde con la naturaleza del programa.



CONDUCTORES

3.1.8 REPORTEROS: Son los encargados de recabar toda información que se va a trasladar al televidente, con el cual se enriquece un programa de televisión.

Las notas que recabe deben de ser de interés y estar a la vanguardia de los diversos temas que requiera el programa.

El trabajo de un reportero es tan importante como el de un conductor, ya que como mencionamos es el que viste en cierta manera el programa.



REPORTERA

3.1.9 CAMARÓGRAFOS: Es un profesional que ha recibido el entrenamiento necesario para operar la cámara de televisión, ya sea en estudio o en exteriores.

Esta posición exige una mezcla de habilidad técnica y sensibilidad artística. El camarógrafo debe poseer un amplio conocimiento y dominio de las técnicas y

composición fotográfica, de manera que cualquier toma que haga pueda ser seleccionada por el reportero, sin necesidad de perder el tiempo haciendo correcciones.



CAMARÓGRAFOS

3.1.10 ASISTENTE DE CÁMARA: El asistente de cámara tiene la responsabilidad de ayudar al camarógrafo para la mejor operación de la cámara. Es de particular importancia sobre todo en cámaras de sistema de montaje más complicado que la habitual, tales como grúas, dollies, etc. En estos casos, el camarógrafo se ocupa únicamente de la operación de la cámara y los asistentes de cámara se encargan de los movimientos del sistema sobre el cual la cámara está montada.



ASISTENTE DE CÁMARA

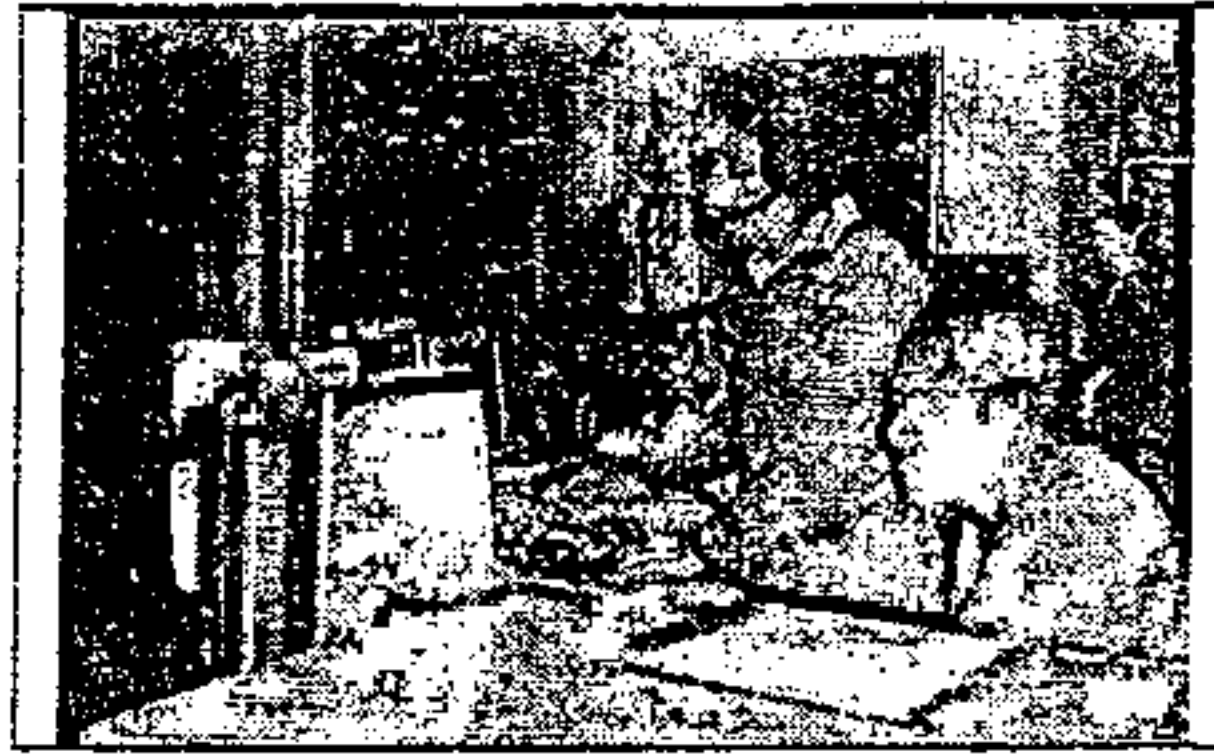
3.1.11 ESCENÓGRAFOS: Son las personas encargadas de la escenografía o decorados, de los distintos programas de televisión; son muy importantes pues ellos visten el programa dependiendo de lo que requiera la producción. Pueden adaptar un decorado o escenografía así mismo realizarlo completamente.



ESCENÓGRAFOS

3.1.12 DIRECTOR DE CÁMARA: Una de las personas importantes para la transmisión de un programa. El es responsable de todo el equipo de producción, como el de poner al aire (pantalla) los programas televisivos. Su trabajo es operar el

switcher de video y así mismo dirige las cámaras de una manera creativa haciendo que los programas que están a su cargo tengan más movimiento y creatividad.



DIRECTOR DE CÁMARA

3.1.13 OPERADOR DE VTR: Es la persona encargada de operar las máquinas de videotape, es responsable de la grabación de los programas que son enviados por señal satelital.

Estando el programa al aire tienen la responsabilidad de manejar los cassettes que contienen el material que se requiere durante la transmisión del mismo.

El operador de videotape recibe instrucciones del director o del sistema de dirección.

Durante la producción de un programa el operador del videotape debe mantenerse al frente del equipo bajo su responsabilidad y pendiente de ejecutar las instrucciones que recibe desde el control de estudio o locación con prontitud.



OPERADOR DE VTR (VIDEOTAPE)

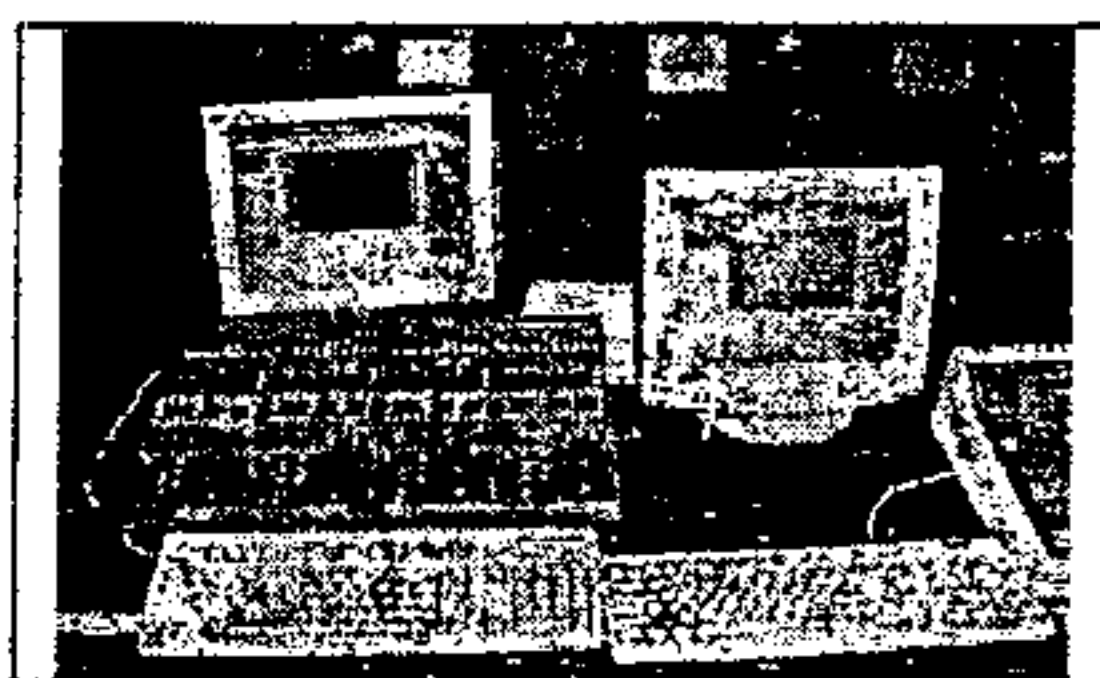
3.1.14 OPERADOR DE AUDIO O SONIDISTA: Es el responsable de la captación del sonido directo del piso durante la producción.

Antes de comenzar la producción el sonidista debe planificar el tipo de micrófonos que usará para cada situación o personaje que participa; así también debe asegurarse de que cada micrófono se ubique de manera que capte con claridad y buena presencia cada sonido, sin que la colocación de dicho micrófono interfiera con la visibilidad o aspecto del set.



OPERADOR DE AUDIO

3.1.15 ENCARGADO DEL GENERADOR DE CARACTERES: Es la persona que se encarga de transcribir todos los créditos, (nombres, cargos, profesiones, etc.), que se utilizan tanto de personajes que intervienen dentro del programa, como información notas y reportajes que salen al aire en un programa.



GENERADOR DE CARACTERES

3.1.16 EDITOR: Es el responsable de la edición, que significa la actividad que realiza de pegar y cortar imágenes dándoles forma utilizando para ello efectos digitales, en otras palabras, es el encargado de colocar imágenes y texto para obtener el producto final ya depurado.

Los programas una vez que éstos pasen a la etapa de post producción, es decir, a la última etapa del proceso donde se ensambla y estructura el proyecto final y que tiene la importancia de ser creativo comunicativo y operativo.

El editor debe tener conocimientos completos, tanto de las máquinas que opera como de los principios de estética y continuidad que rigen el proceso de edición, debe manejar con igual habilidad la imagen y el sonido, pues su producto será el resultado de la mezcla de ambos elementos en forma armoniosa.



EDITOR

3.1.17 LUMINOTÉCNICO O TÉCNICO EN ILUMINACIÓN: Comúnmente se conoce como manejo de luces, en algunos países se le conoce también como **luminito**. Es el encargado de ejecutar el plan de iluminación preparado por el director de iluminación colocando y enfocando los diferentes instrumentos que el director de cámara le dé.

La persona que ocupa esta posición debe tener conocimientos de electricidad y de todos los instrumentos de iluminación que disponga su estructura y funcionamiento.



LUMINOTÉCNICO

3.2 EQUIPO QUE SE UTILIZA EN LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

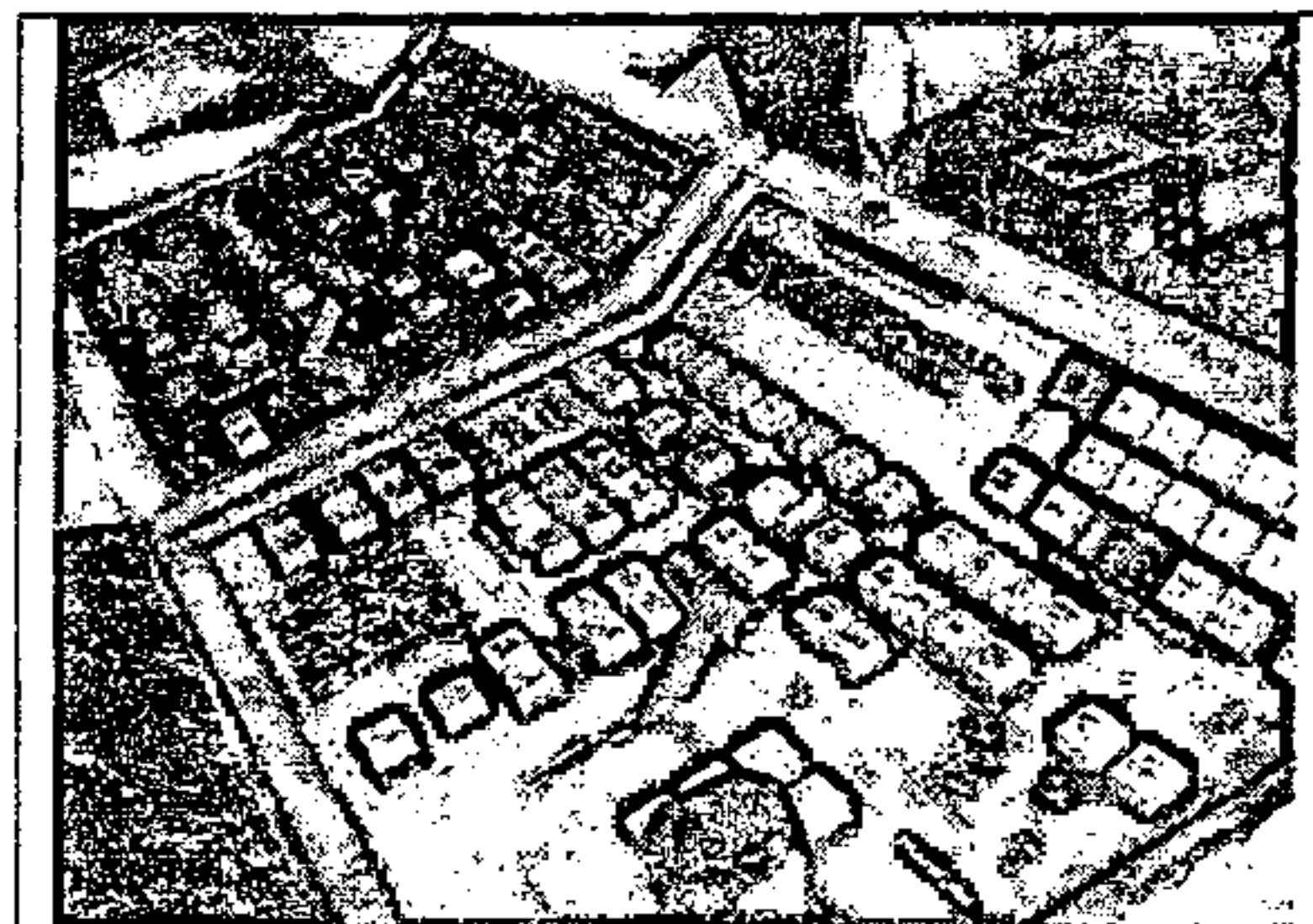
3.2.1 EL SWITCHER

El switcher se define: "aparato cambia vía, desconectar apagar, tablero de control o distribución". (Multidiccionario Ilustrado Continental Panamericana 2005: s/n).

El switcher es parte sumamente importante de la sala de control de cualquier programa de televisión, es el tablero mediante el cual se controlan los cambios de cámara, colocar efectos y el balance de la cámara para que la imagen que se trasmite se proyecte nítidamente.

A pesar de la gran variedad de modelos y marcas existentes en el mercado, la estructura básica y las funciones elementales de todos los switchers de video, son similares.

Una vez se comprende los conceptos básicos del funcionamiento del switcher será muy sencillo aprender a operar cualquier modelo, sea simple o sea complejo. Las instrucciones detalladas de cada modelo sólo pueden ser ofrecidas por sus fabricantes. En muchos casos, las diferencias entre un modelo y otro son muy pequeñas, pero siendo tanta la variedad, no es posible explicarlas todas en detalle.



SWITCHER

Los elementos del más sencillo switcher de video son:

Según el Productor Rudy Mora, (Productor de Cine y Televisión en la República de Cuba, en el curso impartido de Cine y Televisión), **Bus Programa:** Cada fuente de video está representada en el switcher por un botón que es exclusivo de esa fuente. Es decir que si un estudio tiene tres cámaras, un chyron, y una máquina de videotape, el switcher necesitará cinco botones de control, más uno para señal de "negro". En la mayoría de los casos, el switcher tiene más botones de los que necesita. Esto le permite capacidad de expansión cuando sea necesario. La función del bus es determinar cuál de las fuentes de video que pasan por el switcher va a ser seleccionada. La fuente cuyo botón sea ponchado será transmitida o grabada.

Cuando se cambia de una de las fuentes de video a otra, ponchando los botones correspondientes, se produce un cambio de toma en el aire que se conoce con el nombre de corte. El corte es la forma más directa y rápida de ir de una fuente de video a otra. Un solo bus nos permite ir de una toma a otra sólo por corte. Para hacer cualquier otra forma de transición se necesitará de más de un bus.

Buses de Mezcla: Servirá para poner en el aire lo que se seleccione en mix A y mix B. Sólo ponchando este botón se podrá poner en el aire lo que venga de los dos buses de mix pues, como sabemos, solo pasando por el bus de programa se puede poner una señal en el aire.

Barra de Disolvencia: La barra de disolvencia está colocada ente los dos buses de mezcla (mix A mix B). Su función, es decir, de la fuente seleccionada en uno de ellos a la fuente seleccionada en el otro, en forma gradual, como un potenciómetro, de la misma manera que lo hace el control de volumen de una consola de audio. Como puede entenderse, esta barra de disolvencia es el dispositivo que permite hacer efectos transición suave de una fuente de video a otra. Esta barra nos permitirá producir efectos de Fade, disolvencias.

Bus Preview: Es el recurso que permite al director visualizar cualquier efecto mezcla de imágenes, antes de ponerlo al aire. De esta forma se evita correr el riesgo de poner en el aire un efecto defectuoso por no haber tenido oportunidad de chequearlo antes. La selección hecha en este bus se observará en el monitor de preview colocado en el panel de monitores, frente al director.

Sistema de Mix/Effects (M/E): Los buses del programa y de mix nos permiten hacer las transiciones básicas entre diferentes fuentes de video. A medida que aumentan las vigencias de determinada producción, nuevos elementos deben ser añadidos al switcher a fin de satisfacer dichas exigencias. Uno de los recursos más sencillos que puede necesitarse para determinado programa es el de los efectos compuestos, usando múltiples fuentes de video. A fin de lograr esto, se hace necesario incorporar al switcher el sistema de mix/effects. Este sistema consiste en a.) Dos buses y una barra de disolvencia, b.) Un generador de efectos especiales.

Estos elementos son incorporados a nuestro modelo de switcher. A través del uso de este sistema, se puede incorporar al switcher los recursos para producir wipes, pantalla dividida y keys.

Wipe: Es una transición en el cual una imagen "barre" a la otra. Cada switcher tiene

una variedad de formas para hacer wipes. Algunos switchers tienen capacidad para expansión de su cantidad de patrones de wipe. La operación específica puede variar de un switcher a otro pero, en general, todas hacen este efecto usando los M/E, los controles de la barra de disolvencia, el generador de efectos especiales (SEG).

M/E 1 y M/E 2: Son los buses usados para preparar las dos imágenes que se usarán para un wipe. También puede hacerse wipe entre negro e imagen. Cuando el switcher tiene un generador de color matte, el negro puede ser sustituido por cualquier color para la realización de este efecto.

Los diferentes recursos con que cuenta el switcher permitirán incorporar al wipe efectos como el de modulación, bordes, etc.

Controles de Barra de Disolvencias: Estos controles son usados para establecer la dirección y velocidad del wipe. Normalmente ofrecen tres alternativas de dirección: normal, reversa, y normal/reversa.

Pantalla Dividida: Consiste básicamente en un wipe determinado a la mitad. Las dos fuentes de video participantes en el wipe comparten la pantalla, según el espacio que se deje a cada una, en base al desplazamiento de la barra.

3.3 CÁMARA

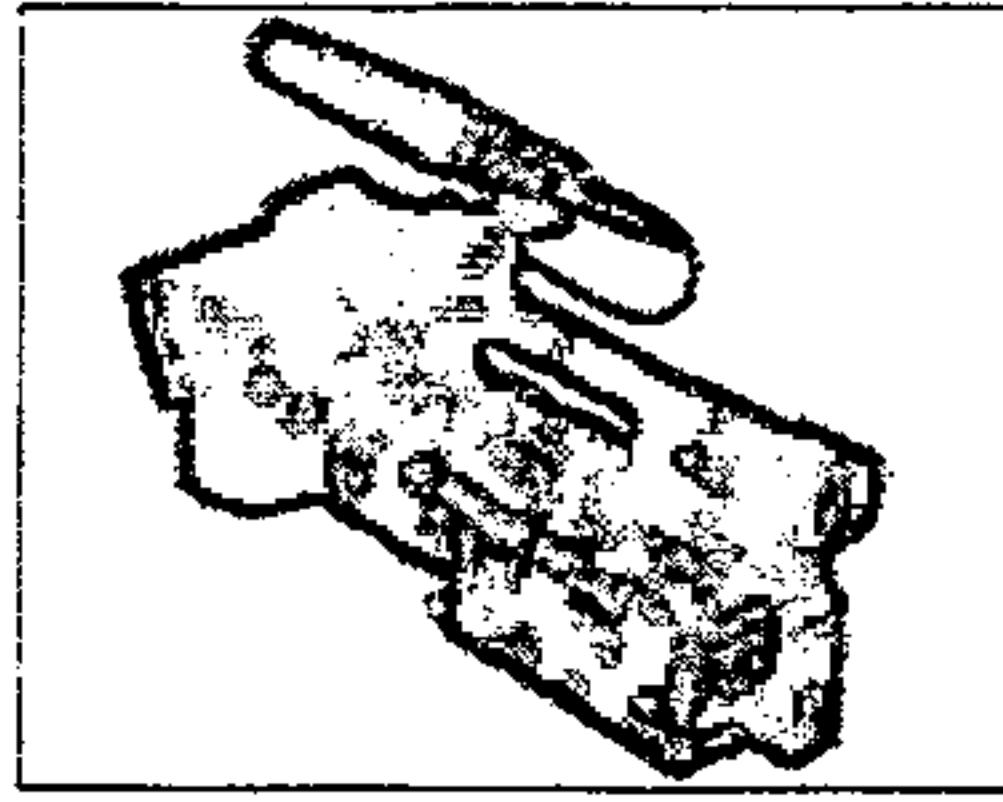
Cuenta con lentes independientes que son llamados elementos guardados en un tambo tubular, los cuales han sido diseñados, como elementos combinados para conseguir un resultado óptimo tratando de minimizar defectos inherentes al sistema llamado aberraciones.

Las cámaras son utilizadas para reproducir y transmitir a través de la televisión imágenes y mensajes, en el cual podemos viajar visualmente a cualquier parte del mundo sin movernos del seno de nuestro hogar y podemos apreciar producciones de ciencia ficción, la belleza natural y la violencia imperante en el mundo.

Con la evolución en los medios de comunicación la cámara se convirtió en la herramienta fundamental en algunos casos no sólo para las producciones televisivas sino para la unión familiar.

En la actualidad se utilizan dos tipos de cámaras: portátiles y de estudio.

PORTÁTILES: Son utilizadas para grabaciones fuera del estudio, cuentan con una casetera que permiten grabar imágenes la cual se encuentra conectada por un cable que está compuesto por varios cables, al cual se le conoce como cable múltiple, que es el video, el audio que pasa y se puede manejar directamente desde la cámara, entre otros. Estas necesitan trípode de sustentación ligera el que sirve para fijar la cámara en el momento de una grabación extensa con lo cual permite una estabilidad en la cámara y que nuestras imágenes no salgan movidas.



PORTÁTILES

CAMÁRAS DE ESTUDIO: Estas están montadas en un dolly pedestal con rodos que nos permite un desplazamiento fácil en el estudio. Cuentan con cables de sincronización o de ajuste de video con una señal directa del swicher y el cable de video out con lo cual permite la salida de la imagen de nuestra cámara al swicher (dichos cables técnicamente son llamados **gen look**). Y son los encargados de la selección de imágenes, las cuales saldrán al aire o serán grabadas para una reproducción posterior.



CÁMARA DE ESTUDIO

PLUMA O GRÚA: Dentro de los complementos de apoyo con que cuentan las cámaras, se utilizan las plumas grúas o plumas con las cuales se nos facilita de una forma práctica realizar diversidad de tiros de cámara de diferentes ángulos.



GRÚA O PLUMA

Con este equipo podemos realizar los diversos tipos de planos para una grabación de programas de televisión, reportajes en exteriores, etc.

- **PLANO GENERAL:** Es el que abarca un gran conjunto en distancia de la cámara, es utilizado para la descripción de una gran magnitud, como por

ejemplo, espacios abiertos, además demostrar ubicación geográfica de un elemento con respecto a lo que nos rodea.

- **PLANO DE CONJUNTO:** Es un plano de igual naturaleza, pero cuyo espacio está limitado por el decorado y extras de la escena haciendo su plano visual restringido y observando los objetos más cercanos a cámara, es utilizado para descripciones de movimiento, traslación y acciones físicas; se observa en los personajes de cuerpo entero.
- **PLANO AMERICANO (Medium Shot):** Abarca el cuerpo humano delimitando inferiormente con las rodillas. Es utilizado en tomas, como por ejemplo, las personas que andan dialogando o carros en acción, también cuando se realiza una entrevista.
- **PLANO MEDIO:** Este plano es muy utilizado con mucha frecuencia en la televisión, encuadra y corta por el límite de la cintura, es utilizado para hacer primeros acercamientos a los conductores.
- **PRIMER GRAN PLANO:** Este plano compone a nivel del busto, transmite un sentido de intimidad nos acerca con mayoría detalles y a la vez enfatizar en el mismo ejemplo las expresiones del rostro.
- **GRAN PRIMER PLANO:** Este plano nos ofrece una visión completa. La altura de esta toma es aproximadamente la misma del sujeto principal al cual cubre de cuerpo completo.
- **PRIMERÍSIMO PLANO:** Es un plano muy reducido en proporción que cierra sus extremos en los mismos límites del detalle, por ejemplo, si usamos el rostro nos cerramos al ojo del él dejando fuera el resto de los detalles.
- **CLOSE UP (C.U):** Esta toma incluye el rostro del sujeto, que llena totalmente la pantalla.
- **GRAN CLOSE UP (G.C.U):** Esta es una toma más cerca del rostro del sujeto. Prácticamente muestra una porción de su cara. Dependiendo de las instrucciones del guión del programa, puede hacerse más o menos cerrada sobre determinado detalle del rostro.

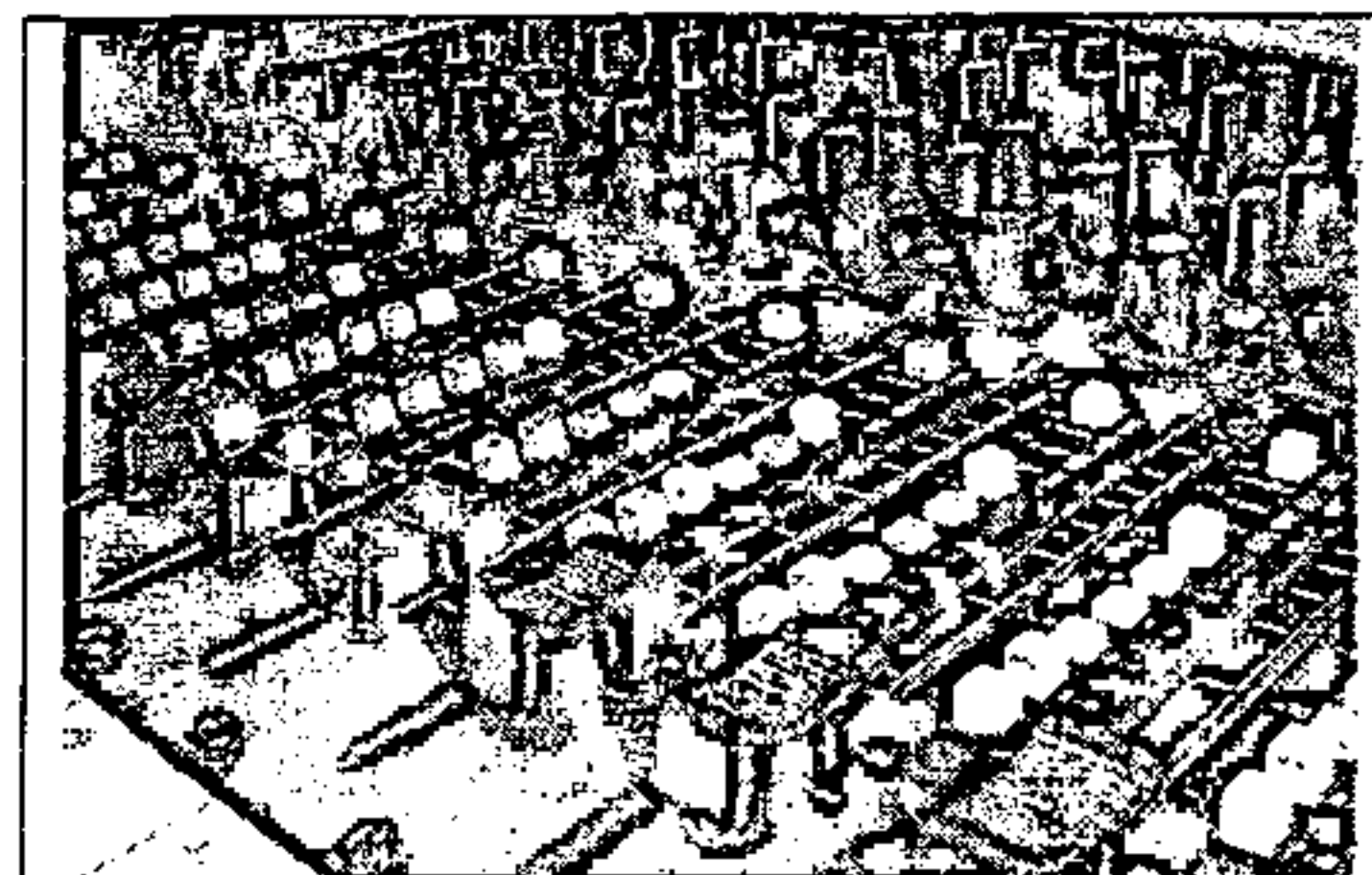
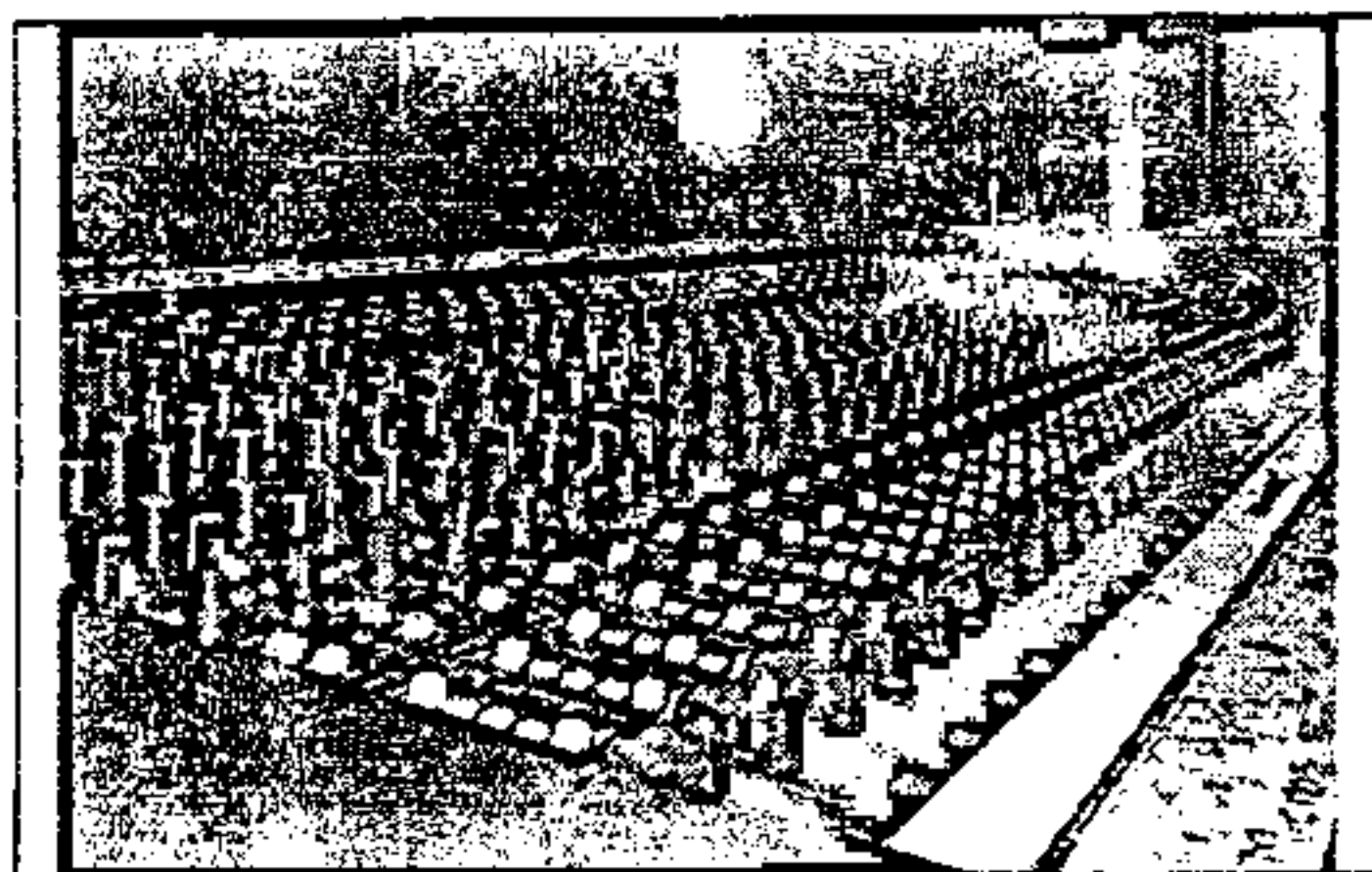
3.4 AUDIO

El audio siempre ha sido necesario desde que apareció por primera vez el aparato reproductor de televisión. Hoy día sigue siendo importante, pues es el complemento total de las imágenes. El control del sonido es una instalación dedicada al tratamiento de la señal de audio del programa. El elemento más importante del control es la mesa de sonido (consola), donde se puede tratar por separado los parámetros técnicos.

Cuenta con una diversidad de entradas para micrófono los cuales tienen líneas o canales propios conectados a la mesa. Las grabaciones que se realizan con antelación utilizan sistemas de reproducción como los tocadiscos, cassettes, magnetófonos de cinta abierta, la cual puede canalizar el sonido que procede de videos magnetoscopios los cuales se complementan con players o lectores de información visual.

Los sonidos y la música son de importancia para el mensaje los cuales pueden estimular sentimientos en nuestros televidentes y es fundamental contar en voz de los protagonistas la información objetiva al público. El sonido ambiente no puede faltar, la música, voz off para la credibilidad de nuestro mensaje, estimulación o persuasión del televidente.

El operador de audio es el encargado de la separación de los canales en lo que respecta al sonido, ecualizando y graduando su volumen respectivo logrando así una mezcla que constituye el audio de salida del programa correspondiente.



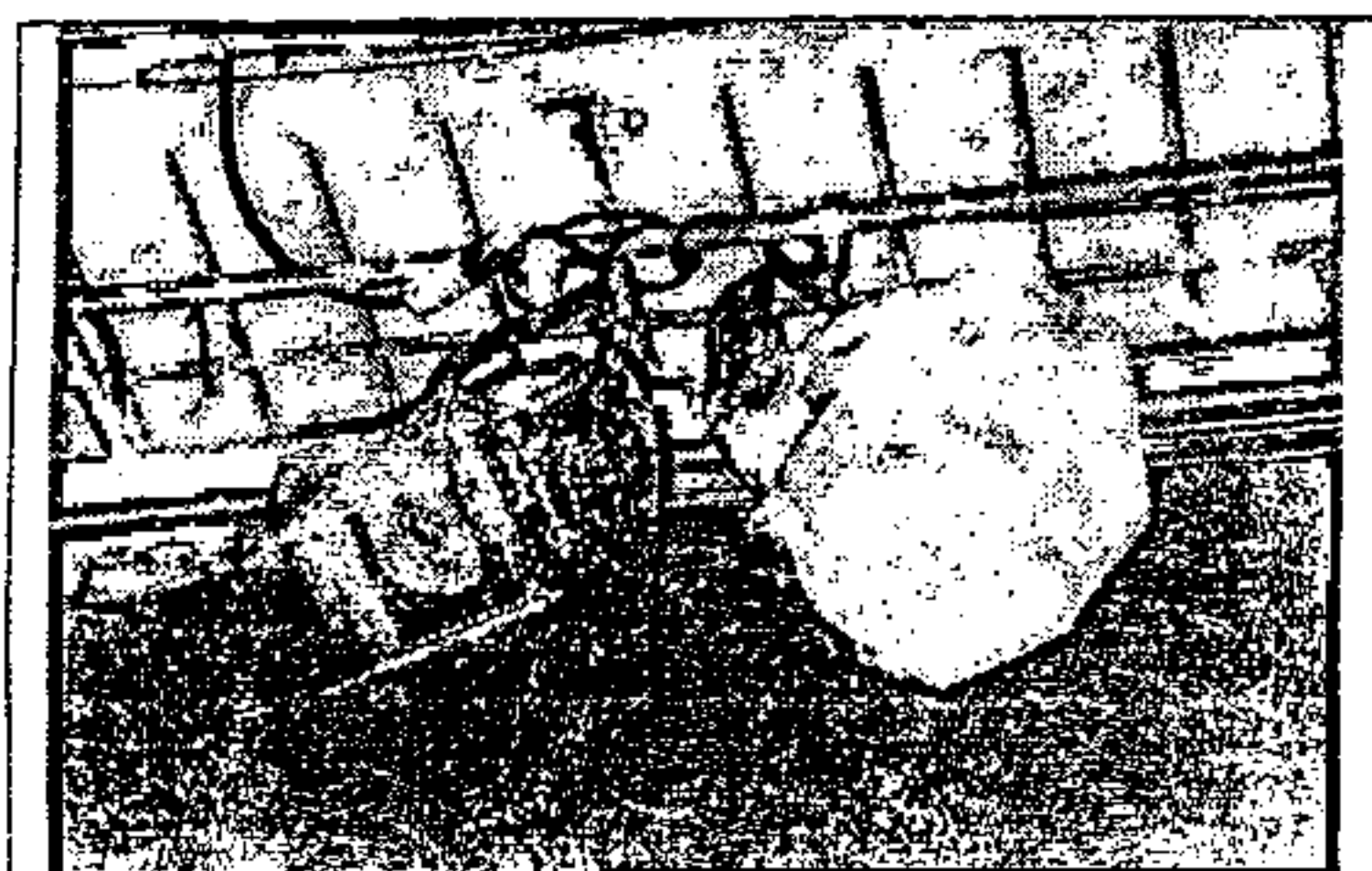
CONSOLA DE AUDIO

3.5 ILUMINACIÓN

Es un factor importante dentro de la producción televisiva, con ella se le da la ambientación a una escena en alguna filiación se puede trasladar al televidente a una noche, a una escena con lluvia y truenos con la variedad de luces de colores que se pueden emplear. Es un recurso excelente a utilizar en televisión, las cámaras necesitan una iluminación apropiada para el registro de las imágenes con calidad. Se requiere de una buena iluminación para poder apoyar y enriquecer la escenografía.

Esto contribuye a la producción de efectos requeridos por el guionista o productor del programa cumpliendo con el fin de llevar al público la ambientación de una escena o a una época específica. La diferencia entre iluminar o encender luces en un estudio puede producir un excelente trabajo en las tonalidades de la escenografía o de los rasgos físicos de nuestros conductores, invitados, etc.

Una mala iluminación nos producirá problemas en la imagen y defectos estéticos en la producción creando como resultado una deficiente iluminación.



ILUMINACIÓN EN ESTUDIO

Tipos de Iluminación

Los aspectos que deben tomarse en cuenta para una iluminación apropiada en televisión son:

La Dirección: Es con la que claramente debemos determinar de donde proviene la luz de la escena que grabaremos.

Frontal: Esta luz se ubica desde la posición en la que encontramos la cámara, no puede ser potente porque nos quema la imagen, y es la que nos facilita no contar con sombras dentro de nuestra toma.

Lateral: Esta resbala sobre una superficie que normalmente es blanca para que bañe el área a iluminar.

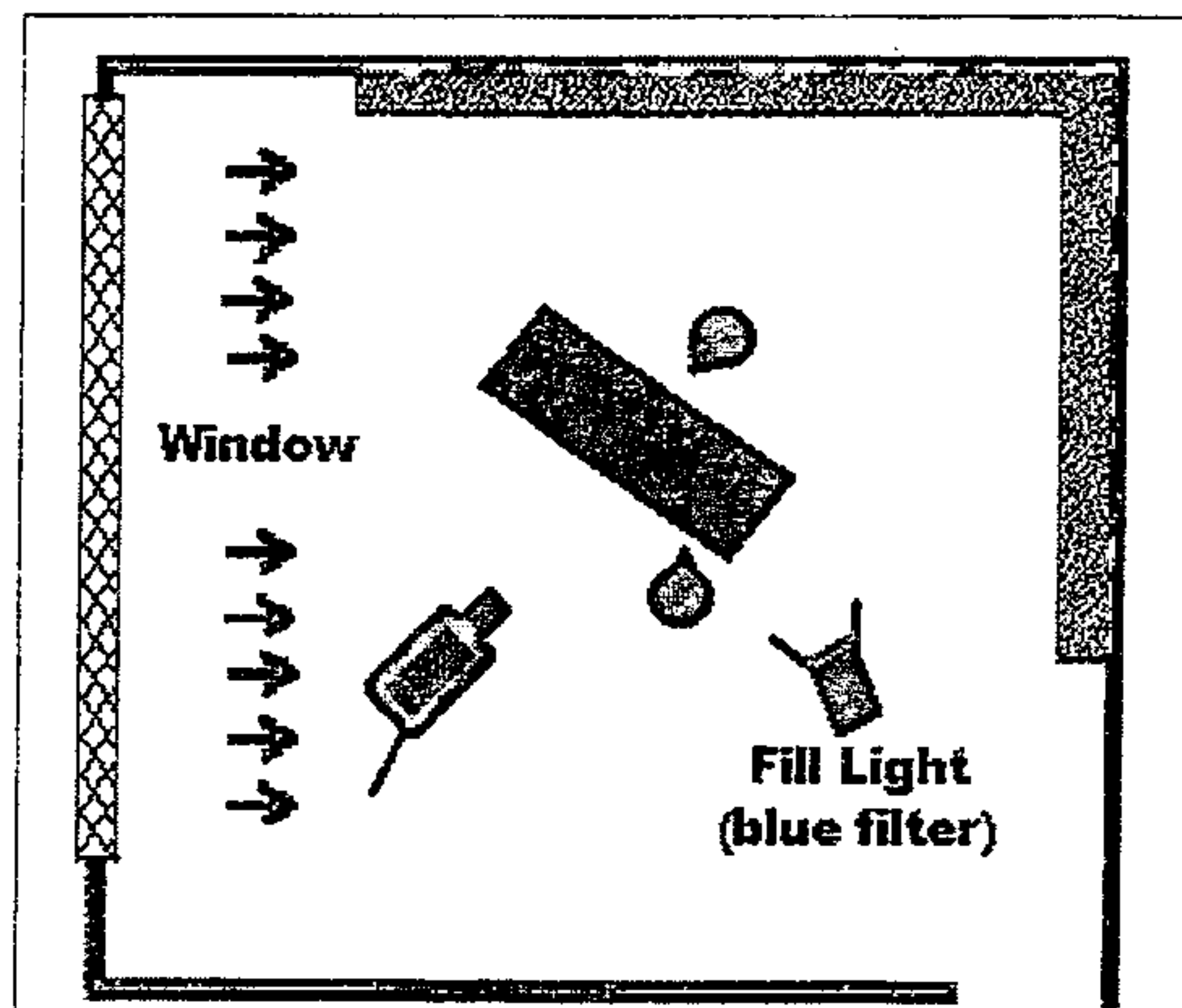
Contra luz: Nos sirve cuando no se requiere detallar aspectos de la persona pero viene detrás del sujeto a iluminar y la utilizamos sólo para ver la silueta.

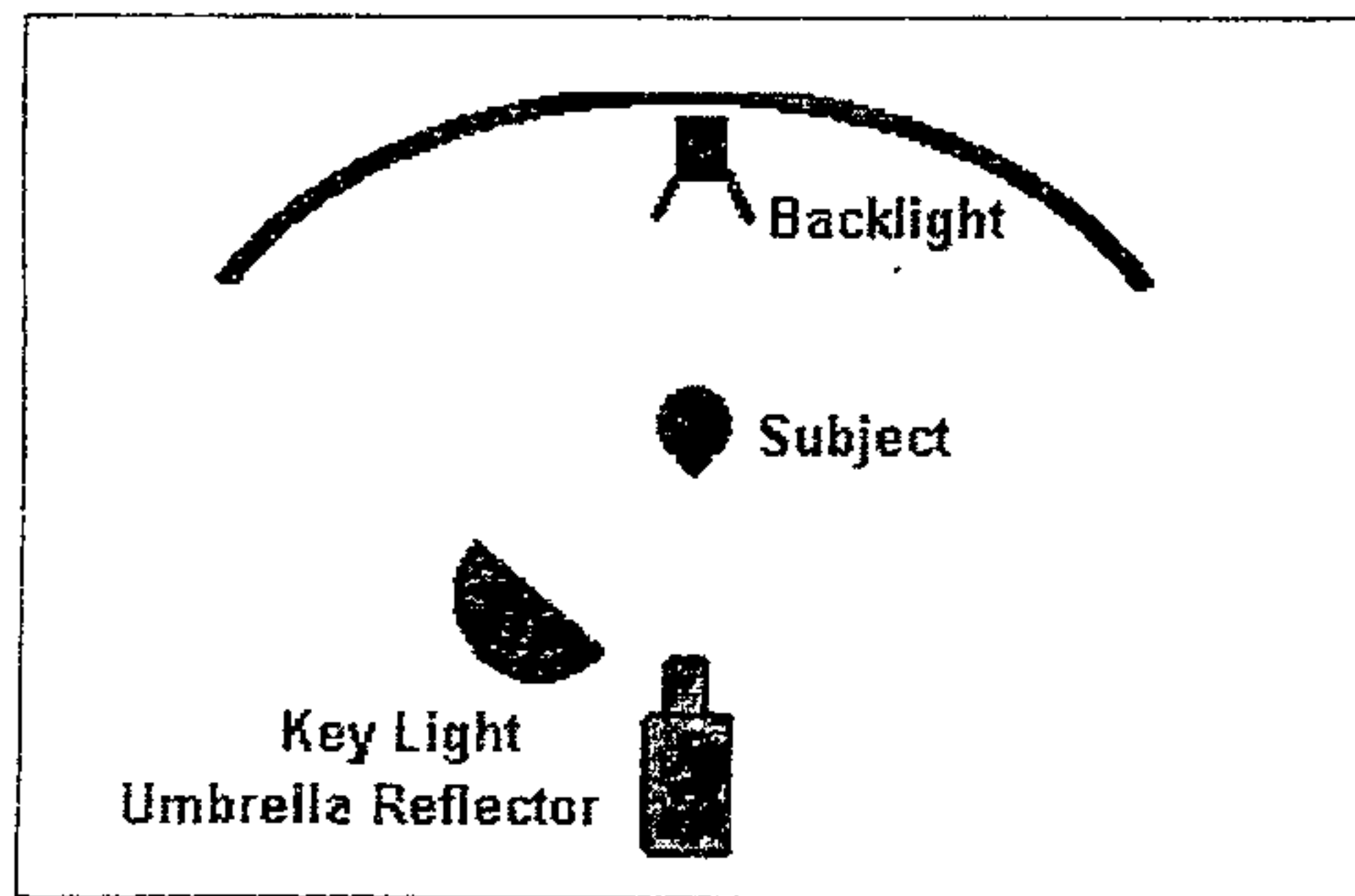
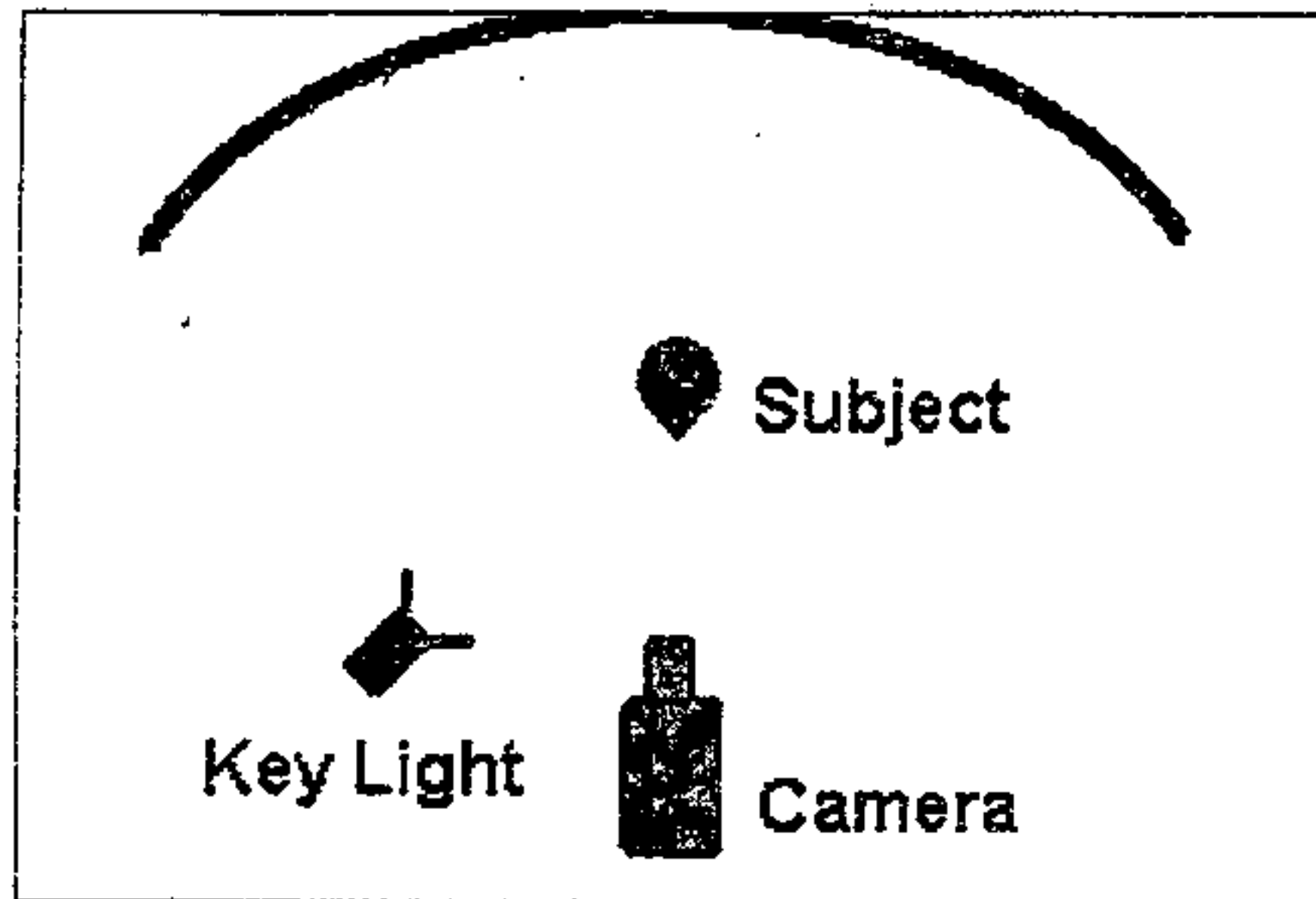
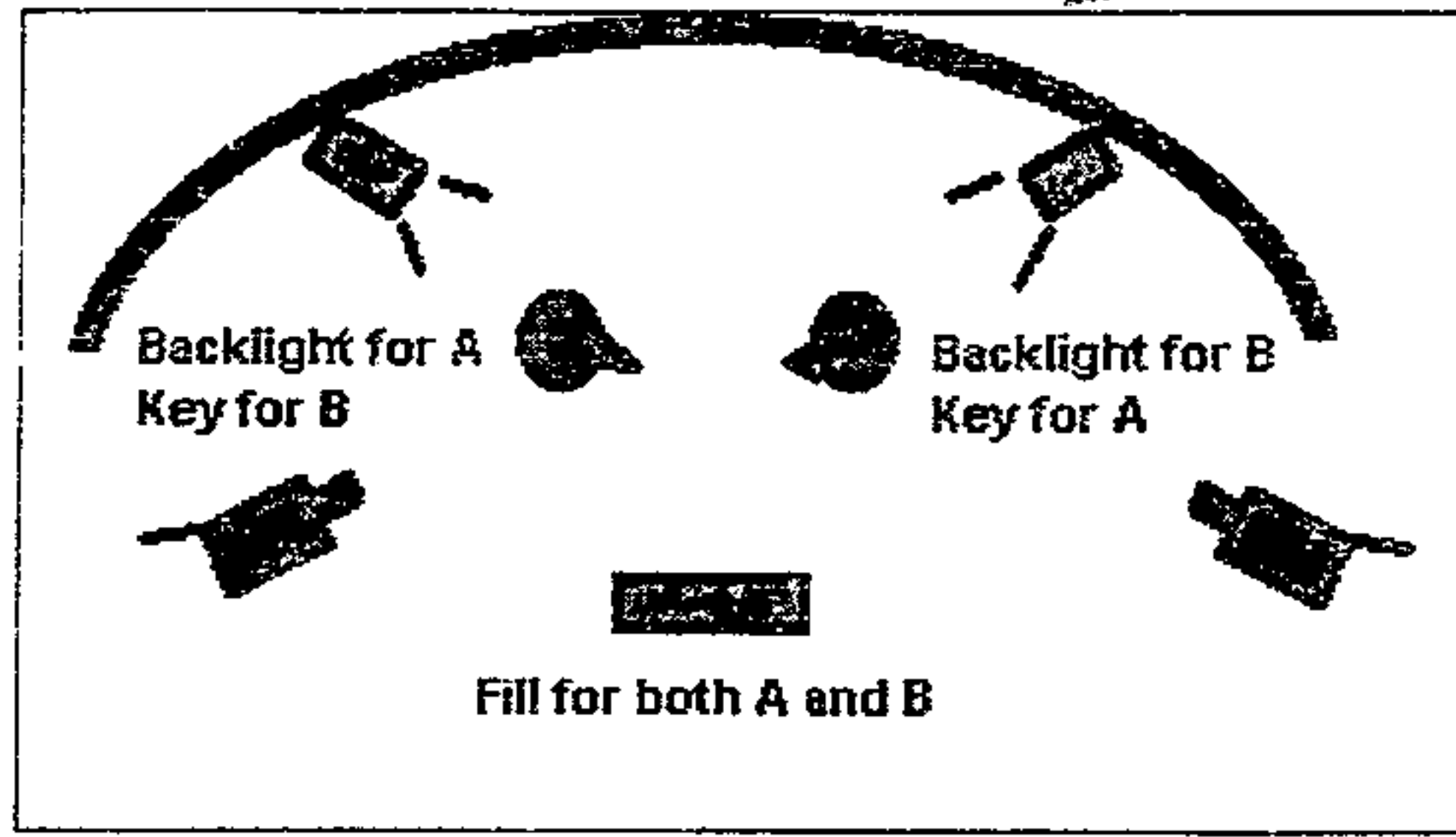
En cadenas de televisión internacional como Televisa utiliza el llamado triángulo básico compuesto por una luz key, luz fill y luz back.

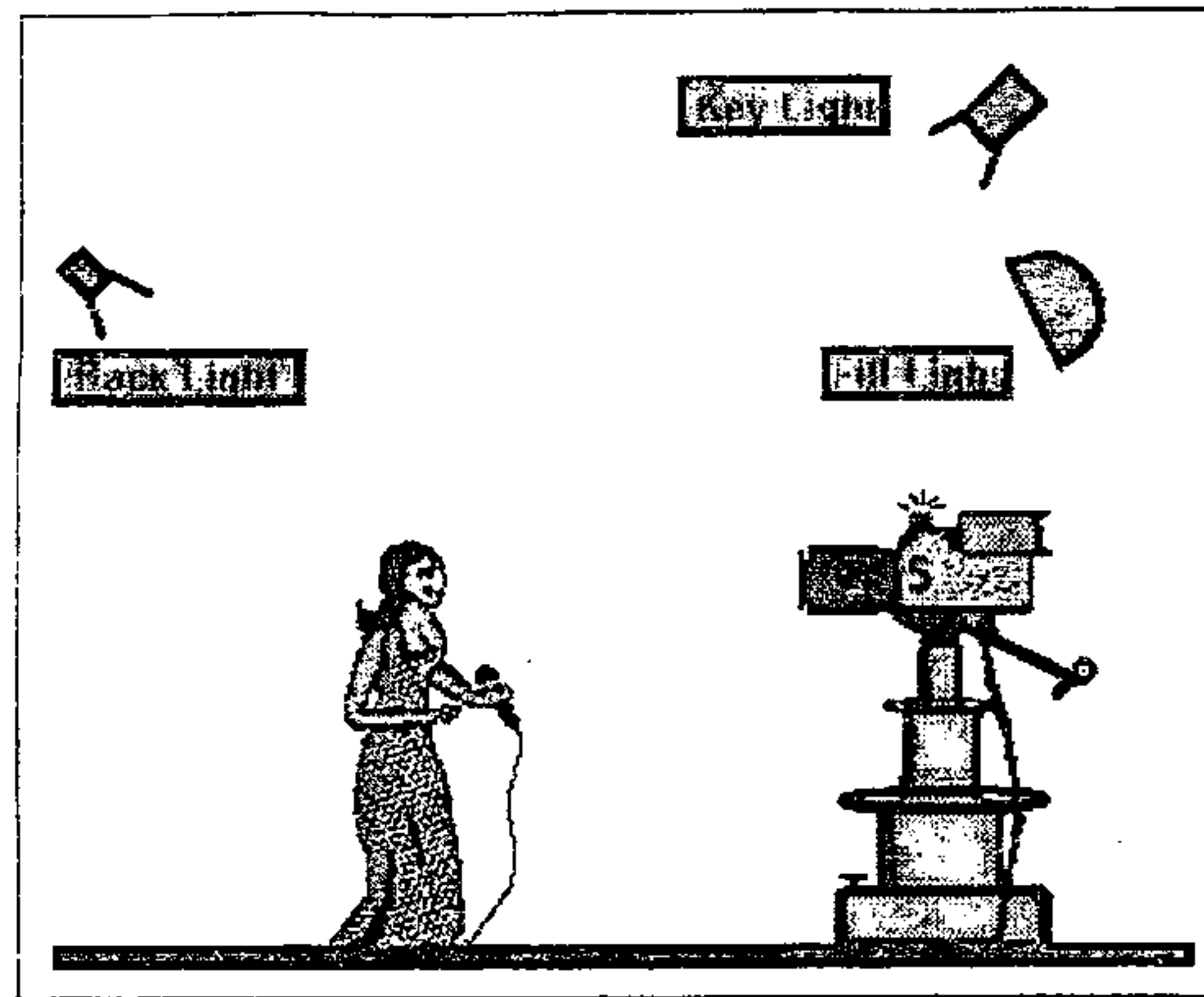
Luz Key: Es considerada la más potentes de las tres y se recomienda colocarla a 45 grados dependiendo la altura de los ojos de la persona a iluminar, también se conoce como luz principal. No puede ser colocada frente al sujeto porque provoca el aplastamiento de la cara y se recomienda que sea colocada a un costado sin ser al lado lateral.

Luz film: Es una luz secundaria y se utiliza de relleno es un apoyo a la luz principal y nos ayuda atenuar las sombras desde otra perspectiva, esta se puede colocar directamente al sujeto o la podemos reflejar en una superficie adecuada.

Luz Back: Esta nos proporciona profundidad de campo para nuestra imagen nos ayuda a separar nuestro sujeto u objeto de nuestra escenografía o superficie, es conocida como luz de fondo. La podemos utilizar detrás de nuestro sujeto u objeto en dirección al mismo o colocarla a los costados pero con dirección a nuestra escenografía.







3.6 PRODUCCIÓN EN ESTUDIO Y EXTERIORES

Todo programa de televisión requiere de un lugar adecuado para su realización (Estudio Exteriores). El espacio apropiado para un programa de televisión es el escenario natural porque se capta en imagen y sonido su belleza. Sin embargo la necesidad de generar programas de televisión sin depender de los elementos naturales, condiciones climáticas y tantas otras interferencias que pueden presentarse en exteriores llevaron a los pioneros de nuestra industria a crear los estudios de televisión. En este sitio, las condiciones están perfectamente controladas. No importa si llueve o si la luz cambia fuera o dentro del estudio. Las condiciones se mantendrán exactamente como las necesitamos; de allí la importancia de contar con un sitio para nuestro trabajo cotidiano.

3.7 EL ESTUDIO DE TELEVISIÓN

El estudio de televisión debe instalarse en un área adecuada, que responda a las características y requerimientos que el programa a producir exige. Este lugar lleva como nombre set, este puede estar compuesto de varios ambientes además de las luces que están instaladas en el techo. Según (Millerson, 1989): al traspasar las puertas de la entrada insonorizadas, el estudio de televisión vacío tiene una complejidad extraña e inhóspita. Las paredes acústicamente aisladas y salpicadas de conexiones técnicas.

El techo está lleno de luces. Cuando se transmite el programa es como una fantasía. El set se llena de colorido todo se ve tan real tan acogedor que el televidente ve lo que los productores quieren que se vea.



ESTUDIO TELEVISIÓN

3.8 EXTERIORES: Aquí se utilizan todos los recursos naturales, es decir, se ejecutan las grabaciones en las locaciones que usualmente utilizamos diariamente, por ejemplo, un restaurante donde todos los elementos son reales, o una locación en el zoológico; allí todos los elementos a utilizar son reales. En este caso la iluminación varía porqué se puede recurrir a la luz natural.

Para la grabación o transmisión se requiere de equipo para los desplazamientos de locaciones, permisos, cámaras portátiles además de una unidad móvil la cual nos servirá para enviar la señal vía satélite.

UNIDAD MÓVIL



3.9 FORMATO DE GUIONES

Para toda producción televisiva se requiere de una guía mejor conocida como "GUIÓN". Para la realización de este debe haber una persona encargada, la cual lleva como nombre "GIONISTA", ella es responsable de escribir las ideas en un texto destinado a ser producido y transmitido, el cual deberá contener cuatro elementos esenciales del lenguaje televisivo: voz, música, sonidos e imágenes. La combinación de estos elementos nos dará siempre como resultado un producto que utiliza el video y audio para provocar cierto significado en la audiencia.

Un guión es una herramienta de trabajo tan importante como lo es la cámara, el switcher. El guión en el caso de la producción de televisión nos puede servir para varias funciones según la necesidad que requiramos en determinado momento, por ejemplo, para la edición de notas; este guión es elaborado por el propio reportero, para un noticiero, un documental, y en el caso de un programa de televisión servirá para llevar un orden en el proceso del mismo y así poder llevarle a nuestra audiencia un producto final exitoso.

3.10 EL GUIÓN

Se distingue dos géneros básicos:

A.- El género dramático, que tiene como objetivo principal contar una historia de manera entendible y entretenida para la audiencia, encontrándose en la literatura una fuente inagotable de ideas útiles al escribir un guión cuya finalidad es la narración.

En un primer momento se hace el planteamiento que consiste en conocer quién es,

qué es lo que se pretende y seguidamente su desarrollo donde se presentan los obstáculos o conflictos y finalmente la conclusión que es la parte en que se solucionan los conflictos y se llega a un final.

B.- El género informativo presenta una gama de opciones. Se sustenta en la narración de hechos y actos cercanos a la realidad con el fin de que la audiencia obtenga información o conocimientos de utilidad.

La técnica o método de elaborar este tipo de guiones depende principalmente de la necesidad específica de la producción. Habrá algunas veces en que no sea necesario un guión estricto (sobre todo en programas en vivo), pero en otras será necesario redactar cada uno de los textos y participaciones del programa.

Se inicia con una idea de la cual debe desprenderse una propuesta específica redactada en términos del objetivo fijado y de lo que se desea que la audiencia piense, sienta, haga, o conozca al terminar de exponerse; o lo que es lo mismo, debe contener el tipo de contenido y su tratamiento. Al igual que en el género dramático debe haber un planteamiento, un desarrollo y una conclusión. (González Treviño, 1994:68/69)

3.11 LA ESCENOGRAFÍA

La creación y construcción de la escenografía en un escenario o set de televisión es vital para el éxito de la presentación que se pretende; la escenografía se define como: "Arte y Técnica de disponer los elementos decorativos de la escena para apoyar y subrayar la acción teatral" (Diccionario Océano 1990: s/n); también se define "Conjunto de decorados de una obra teatral" (Diccionario Océano 1990:s/n).

De las definiciones anteriores se desprende que los programas de televisión responden a un tipo sea éste dramático o informativo o bien una mezcla de ambos.

Los elementos decorativos se disponen en el escenario de acuerdo a los objetivos que percibe el director según lo planeado y que pretende que el televidente vea, comprenda, lo entretenga, eduque, etc.

El escenario debe contar entonces con un diseño que seleccione, distribuya y se justifique con todos y cada uno de los objetivos que se graben o filmen.

Si por algún motivo faltara uno u otros elementos de la escenografía, dejaría de serlo, y se convertiría en utilería.

Un buen escenario de televisión debe planearse adecuadamente para obtener ángulos de cámara ópticos, facilidad en los desplazamientos de cámaras, una iluminación artística y funcional, así como una adecuada distribución para la acción de los conductores.

La escenografía debe construirse de tal manera que en el menor tiempo posible se pueda ensamblar y desunir utilizando en la tarea el menor tiempo posible y personas.

Hay tres formas básicas de escenarios: la primera se conoce con el nombre de estándar del set, en el cual se ofrecen los fondos más simples y económicos, en donde la principal atención de la teleaudiencia se centra en talentos y su acción. Generalmente son cicloramas abiertos o simples paneles, la decoración es muy

superficial y el principal apoyo de la escenografía es la iluminación; el segundo se conoce con el nombre de formatos suaves, en éstos los bastidores son de madera cubiertos de percal o lona, y el tercero y último los formatos duros, los cuales son hechos con bastidores pero en sus cubiertas se emplean varios tipos de fibracel.

Según González Treviño, en su obra **Televisión y Comunicación**, las formas básicas de la escenografía se conocen como:

a. Escenario de Chroma Key, éste consiste en la superimposición de una toma sobre una imagen producida por una toma de video (otra cámara o imágenes grabadas en videotape).

Lo anterior consiste en colocar a la persona u objeto delante de un panel o ciclorama de color, preferentemente azul y mediante un efecto electrónico el color se perfora y aparece la imagen seleccionada dando la sensación de que la persona sobreimpuesta que se está tomando forma parte de la imagen que está detrás de él.

b. Escenario de área abierta, éstos escenarios son sets no limitados por paneles. Su escenografía está diseñada a base de iluminación o algunos elementos de fondo y se pretende dar máxima libertad de movimiento, tanto a los actores a cuadro como para el desplazamiento de cámaras. Son utilizados para programas donde intervienen grupos de baile, concursos infantiles y en programas donde es escenario el aprovechamiento máximo del área.

c. Escenario de módulo son pequeñas áreas donde se colocan muebles modulares para el uso de personas que permanecen fijas en un lugar, por ejemplo, la escenografía de un noticiero.

d. Escenario de caja es el tradicional set de tres lados, formado por paneles que simulan un cuarto.

En este escenario se tienen muchas oportunidades de ángulos de cámara, ya que es difícil desafortunarse por sus áreas laterales.

e. Escenario de composición son varios set de caja seriados e interconectados de tal forma que un solo panel hace la función de pared en dos cajones (cuartos). Este escenario ofrece el manejo de dos o más set continuos y se utiliza en la realización de telenovelas o teleteatros.

Es importante tener presente que cualquier tipo de escenografía para televisión debe ser sencillo, contener sólo los elementos necesarios, evitando sobrecargarlo con demasiados objetos. También es recomendable no utilizar objetos muy pequeños.



ESCENOGRAFÍA

3.12 EDICIÓN Y POST PRODUCCIÓN

Según (Proceso de Producción, Méndez Morales Carlos Enrique 2001:70) la edición es parte integral de la post- producción en televisión.

Este procedimiento permite seleccionar las imágenes de una matriz y colocarlas en un master así como manipular por separado el video y el audio.

Para su realización es importante contar con una isla de edición, conformada por el mismo equipo que hace posible las diversas transmisiones al aire, a excepción que en esta parte del equipo de producción el material ya se encuentra pregrabado, sólo para seleccionar las tomas que se incluirán para presentar el trabajo final, sea éste un reportaje documental, un spot publicitario o la grabación de un programa para transmitirlo más tarde.

Para ejecutar una edición es importante contar con una isla de edición, la cual está conformada por un equipo completo y adecuado existen dos clases de isla de edición las lineales y no lineales.

3.13 POST PRODUCCIÓN

Es el proceso de operación y de arte que se realiza para armar o editar todos los elementos que conforman un programa de televisión. (Proceso de producción Méndez Morales Carlos Enrique 2001:70)

Grabadas las tomas que forman el programa se procede al acabado final, esto es, unir cada toma dentro de una frecuencia lógica narrativa, ajustándolas a cierto tiempo delimitado, agregando títulos, créditos, gráficas, efectos especiales sonidos textos, etc. de manera que el resultado sea un acabado definitivo, es decir, un programa listo para transmitirse (televisión y comunicación).

3.14 ISLAS DE EDICIÓN

Es importante para ejecutar una edición contar con una isla de edición, la cual está conformada por un equipo completo y adecuado.

Existen dos clases de islas de edición, las islas lineales y las no lineales; la lineal: "Es lineal, ya que para trabajar hay que empezar desde el principio (títulos de presentación) hasta el final de la película.

En las islas lineales existen dos tipos de máquinas: las reproductoras o player y las grabadoras, REC o RECORDER. Podemos utilizar más de una player, para así poder mezclar varias imágenes.

Islas de Edición no lineales, máquinas en este tipo de edición sólo se necesita una VTR y una COMPUTADORA, que es donde se va a trabajar las imágenes". (<http://members.tripod.com/iberaz/islas/>)



LINEAL



NO LINEAL

3.15 DESARROLLO DE PROYECTOS PARA PROGRAMAS DE TELEVISIÓN

Según entrevista, Anahy keller, el Desarrollo de Proyectos para Programas de Televisión se inicia con la fase denominada preproducción, que no es más que la planificación que se debe hacer con anticipación a la fecha en que el programa sale al aire, considerándose todas las previsiones para evitar situaciones inesperadas que puedan dañar la producción, es por ello que debe ponerse mucha atención.

Durante la fase de la preproducción, el productor debe asegurarse antes de presentar su proyecto que puede responder en forma precisa u profesional toda pregunta que le puedan formular y de las cuales dependerá su aprobación.

El Desarrollo de la Idea: Cuando el productor pertenece al staff de un canal de televisión o casa productora, lo más probable es que la idea sobre la cual se basa la producción le sea suministrada y sólo le corresponda desarrollarla. En otros casos es el productor quien tiene la idea original. En cualquier situación, el productor debe asegurarse de que la idea original, que usualmente es muy vaga e indefinida, es desarrollada en la forma más completa que sea posible, aclarándose con la mayor exactitud el contenido del programa.

La producción se rige por conceptos básicos que son sus características y sirven como filtros a través de los cuales deben pasar todos y cada uno de los elementos que forman parte del programa. Cualquier elemento que no se ajuste a los elementos establecidos, no debe ser incluido pues los romperá y causará consecuencias negativas sobre los resultados de la producción.

Con el fin de lograr la definición de concepto, debe presentarse mayor interés en las siguientes etapas:

Análisis de la Audiencia: Desconocer la audiencia a la que va dirigido un programa equivale a navegar sin brújula. Esta es la primera pregunta que debe responderse un productor, antes de tomar cualquier decisión en torno al programa que realiza, debe entonces considerar cuál es la razón fundamental por lo que éste se produce y tomar en cuenta:

- Composición de la Audiencia: qué personas las integran, sus edades, sexo, grupo social al que pertenecen, nivel de formación.

- **Hábitos de Audiencia:** Las personas tienen sus propios hábitos para ver televisión, algunos por ejemplo tienen preferencia. Cada grupo tiene preferencia por un sitio específico de la casa para ver la televisión, etc.
- **Intereses de la Audiencia:** Qué tipo de tema quiere conocer, que tipo de programa desea ver, educativo, entretenimiento, deportes, manualidades, etc. Qué sitio específico de la casa prefiere para ver televisión, puede ser la sala, el comedor, el dormitorio, etc.

En algunos casos, el productor tiene claramente identificado el grupo al que va dirigido el programa; en otros, se le asigna la función de diseñar una producción que alcance a la mayor cantidad de televidentes que sea posible. En ambas situaciones, tanto el conocimiento del grupo específico, como los gustos y hábitos de la audiencia mayoritaria disponible, son elementos de primordial importancia, que deben ser tomados en cuenta desde el mismo inicio de la planificación.

Investigación del Tema: Definido el tema sobre el cual tratará el programa, debe investigarse profundamente mediante la revisión de libros, revistas, trabajos y programas de televisión anteriores acerca del tema, entrevistas con especialistas, y cualquier fuente de información de que pueda disponer, que le ofrezca información.

No siempre se lleva a cabo un programa por más planificado que éste haya estado, pues en ocasiones el productor ve que el tema original que se había pensado no era posible cubrirlo en determinado tiempo o que los recursos con que se contaba no eran suficientes para la producción. Si lo anterior se detecta a tiempo, se evitará gastos innecesarios o esfuerzos posteriores que probablemente hubieran conducido al fracaso.

Selección del Modo de Producción: En este paso de la producción es cuando ya debemos tener reunida suficiente información acerca de la idea del programa y de la audiencia, debe comenzar a considerarse los aspectos técnicos sobre los cuales se basará la producción. Por ejemplo:

- Ver si la producción es en estudio o en una locación.
- Si debe hacerse en vivo o pregrabado.

Si es pregrabado, significa que luego de hacer las tomas se lleva a una editora y se corta para que quede preparada a la hora de transmitirla en televisión. También se le denomina en diferido.

Tratamiento: Es un breve resumen del programa, que se presenta al presidente y ejecutivos del canal de televisión, que deberán aprobar el proyecto, y que usualmente no tienen mucho tiempo disponible para leer presentaciones muy largas y detalladas. Sirve para que el mismo productor y los miembros del equipo de producción tengan la idea claramente definida.

Como recurso es necesario para que el departamento de ventas pueda mostrar el programa a sus clientes de manera fácil de leer y comprender, a fin de agilizar la toma de decisiones en cuanto a inversión publicitaria en el programa.

El contenido del tratamiento es una idea básica del show, justificar su importancia

explicar el atractivo para la audiencia, cómo se seleccionó la producción.

Es importante que el proyecto se presente con ángulos nuevos y diferentes, tomando en cuenta que los ejecutivos de los canales de televisión poseen amplia experiencia, en este campo.

Presupuesto: Este es tal vez el elemento más importante a la hora de presentar un proyecto de televisión, en busca de su aprobación. El presupuesto es un estimado detallado de todos los gastos que se incurrirá durante la producción del programa.

En el presupuesto se debe considerar absolutamente todos los costos que ocasionará la producción.

El productor debe cuidar que el costo del programa no sea extremadamente alto, con el fin de evitar una negativa a su propuesta. Igualmente, debe evitar presentar cifras más bajas que las reales, sólo por lograr la aprobación del proyecto. Si esto ocurre, en poco tiempo habrá perdido la credibilidad, pues su proyecto no podrá terminarse o necesitará una inyección de dinero que no está estimada. Esto afecta seriamente la imagen de cualquier profesional.

Es una buena medida mantener una lista de todos los elementos que puedan ser necesarios para una producción y emplearla marcando únicamente lo que se necesita en cada una de las áreas de la producción (equipos, personal, escenografía, etc.). Es de suma importancia incluir en todo presupuesto una línea de contingencia. Esta línea debe ser el 15% del costo de la producción y permitirá estar cubiertos ante cualquier eventualidad que pueda ir más allá de lo previsible.

Presentación: Al llegar a este punto, todo debe estar listo para que se haga la presentación del proyecto ante los posibles clientes, es la oportunidad para que el productor se extienda en la explicación del proyecto, puede hacer uso de su entusiasmo, y responder a las preguntas de los posibles clientes que escuchan la presentación, lo cual ofrece la oportunidad de que el programa sea aprobado.

El presupuesto es, lógicamente, el área que mayores ataques pueda recibir. Si el presupuesto ha sido bien calculado, el productor debe mantenerse firme en su defensa. Esto debe hacerlo justificando cada línea de gastos incluida, nadie conoce mejor los detalles del presupuesto que el productor. Cualquier ejecutivo o gerente serio sabrá valorar al productor que defiende su presupuesto con argumentos bien basados. Si los costos de una producción están por encima de las posibilidades presupuestarias de la empresa, será conveniente que sus gerentes puedan verlo con claridad y decir no hacer el proyecto. Pero en todo momento el productor debe ser claro con ellos, en vez de ser complaciente en la presentación, para conducir luego a la producción y a la empresa al fracaso.

Selección y Contratación de Personal: Ya que el proyecto ha sido aprobado, debe procederse a la selección del personal. Usualmente siempre se requiere de nuevo personal, pues en los canales cada programa que está al aire tiene su propio personal de producción. El productor deberá contratar primero al director, quien debe involucrarse en el proceso de producción desde el mismo inicio. Ambos podían decidir, entre otras cosas, el resto del personal a ser contratado. En este caso, la

opinión del director es muy importante, pues es muy probable que conozca a muchos de los potenciales empleados y sabrá la calidad de trabajo que cada uno es capaz de ofrecer.

Todo productor debe tener lista del personal disponible en su mercado para cada área de la producción. Esta lista debe incluir la especialidad de cada uno, salario y comentarios referentes a experiencias previas de trabajo aunque esto no muchas veces se aplica pues las personas que se contratan algunas no tienen experiencia pero en el camino van adquiriendo los conocimientos.

En este punto también es importante mencionar que además de la selección del personal para la producción del programa debemos realizar casting para seleccionar a los posibles conductores, los cuales deben requerir de muchas cualidades, es decir, las que sean requeridas por el programa.

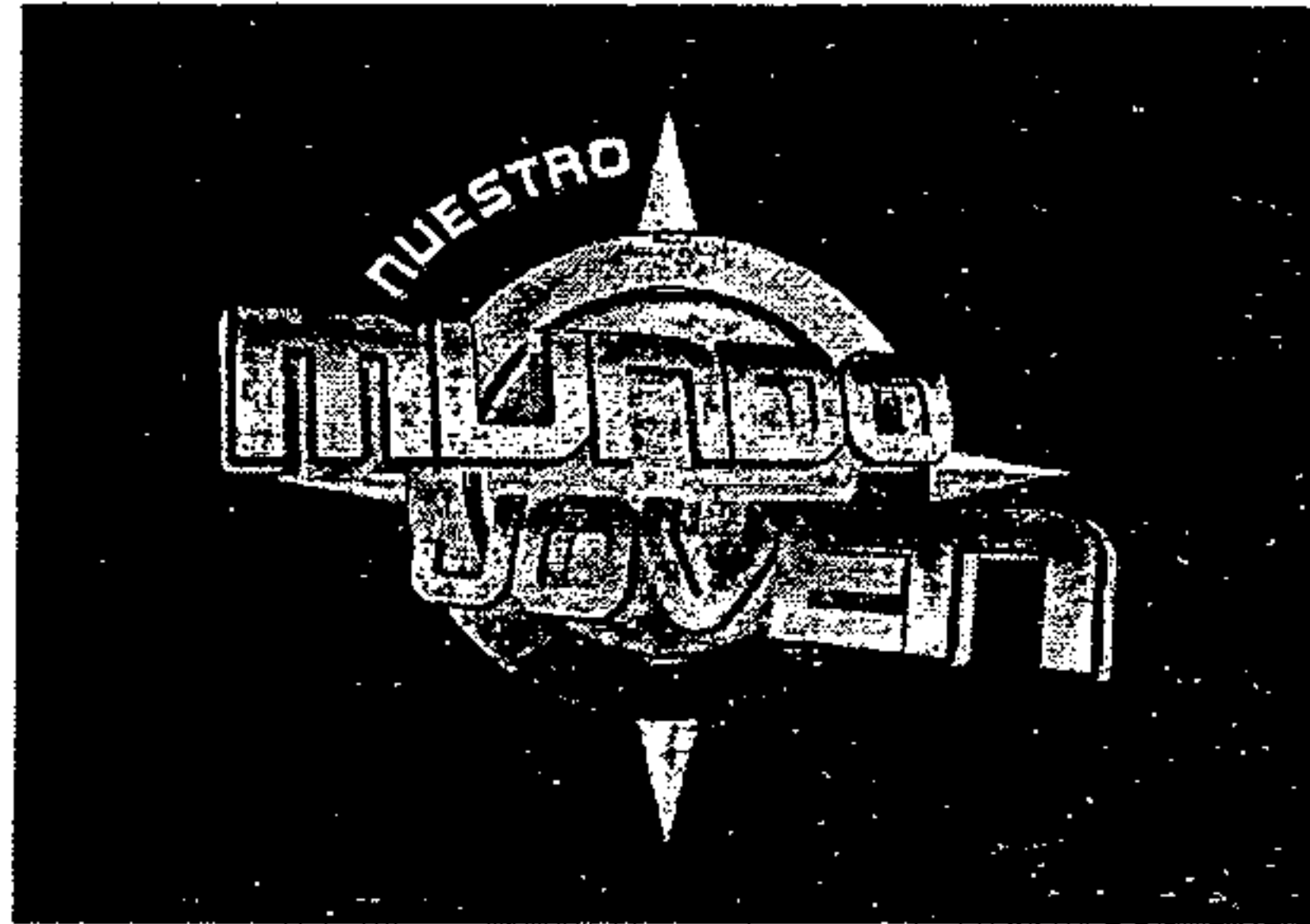
Selección y Contrataciones de Equipos: Si el canal no posee el equipo necesario para la ejecución del programa el productor deberá cotizar el equipo que utilizará en el mismo. Esta información debe formar parte del presupuesto que el productor calculó a la hora de presentar el proyecto.

Reuniones de Producción: Es durante esta etapa de la planificación o Pre-producción cuando el productor debe asegurarse de que todos los que van a estar involucrados en el proyecto se enteren de lo que va a ocurrir. Cualquier miembro del equipo de producción o del personal técnico que sepa con exactitud lo que se requiere lograr, estará en mejores condiciones de hacer un trabajo que permita cumplir esos objetivos.

El productor o director deben reunir a todo el personal, a veces por áreas, o en general, todos deben conocer en detalle la producción. Tener que reunirse después de cada programa presentado para discutir los errores cometidos y así poder evitarlos en el próximo programa, lo que ayudará a que el mismo cada día salga mejor y dar a nuestra teleaudiencia un excelente producto que satisfaga sus necesidades..

Planes de Trabajo: El elemento determinante para el éxito de la producción es la planificación. La planificación del tiempo disponible es de vital importancia. La incapacidad para planificar es un mal que puede desorientar el trabajo. Es común escuchar la afirmación de que la televisión es improvisación, esto está absolutamente fuera del marco de profesionalismo que debe rodear al trabajo de producción de televisión, ya que la producción es perfectamente planificable, la que incluye estos imprevistos.

Debe elaborarse un plan general o master de trabajo y otro por cada una de las áreas que se involucrarán en la producción, éstos deben separar cada etapa del trabajo por área y la fecha en que éstas deben cumplirse; solo así se podrá garantizar que la producción estará lista para la fecha prevista y que se le dedica el tiempo y atención debida a cada paso de la producción del programa a realizar.



CAPÍTULO IV

PROGRAMA
MUNDO JOVEN

CAPÍTULO IV

PROGRAMA

MUNDO JOVEN

4.1 ANTECEDENTES

El Programa de Televisión **MUNDO JOVEN** surgió o nació según lo expresa Eliseo Santizo del Programa **NUESTRO MUNDO POR LA MAÑANA** que él dirige y se presenta por canal 7 de televisión, tomando en consideración para la creación del programa **MUNDO JOVEN** la necesidad de crear un espacio para que la teleaudiencia juvenil pueda expresarse por sí misma de una manera diferente por lo que este programa se proyecta a la juventud guatemalteca.

Mundo joven ha logrado romper brechas ante las ideas convencionales de la televisión nacional y ser una competencia directa con programas juveniles extranjeros que se transmiten por la frecuencia del cable, éste se ha dedicado a exaltar el arte, la cultura y la música nacional, promueve todo evento que vaya dirigido a jóvenes; ya que este sector de la población guatemalteca carecía de un espacio en el cual pudiera dar a conocer conciertos, actividades y lugares que sólo a los jóvenes interesa.

Mundo Joven transmite su primer programa el mes de agosto de 2002, siendo sus fundadores: El Señor Rigoberto López, como Director General, la Licda. Sandra Gálvez como coordinadora, Eliseo Santizo, y Lestón Culajay como productores.

Mundo Joven se origina del desglosamiento del Programa Nuestro Mundo por la Mañana, esto con la finalidad que los jóvenes se identifiquen con un mundo que les pertenece y en el cual pueden ellos expresar todas sus ideas e inquietudes, y así mismo estar a la vanguardia de todos los acontecimientos que están dirigidos a ellos.

El programa originalmente era transmitido de 8:00 a 10:00 de la mañana por canal 7, posteriormente de 9:30 a 11:00. Mundo Joven inició con dos conductores Rosa María Castañeda, ex Miss Guatemala y el Cantautor Guatemalteco Mario Vallar, y los reporteros Héctor López y Araceli Tórtola. Un año después, como todo programa de televisión en vivo, surgen modificaciones para refrescar la imagen es aquí cuando se integran a la conducción del programa el joven multifacético Roberto García y la Locutora de radio Andrea Ayala, más adelante surge la imagen de la conductora y locutora de radio Lissette Peñate. Junto con ella se integran al equipo de producción reporteros como Pilar Núñez, Leonel Irumgaray, Giovanni de la Cruz, Rodrigo Wiss, Rubén Garsaro.

Con esta nueva generación el programa experimenta cambios tanto de forma como de contenido, hay más oportunidad de expresión a los jóvenes guatemaltecos.

4.2 CONTENIDO ACTUAL DEL PROGRAMA

Los segmentos que actualmente componen el contenido de Mundo Joven son: Instinto Salvaje es un segmento dedicado a la flora y fauna de Guatemala, Los hijos de PU es un segmento de bromas y temas tabú para los jóvenes guatemaltecos, Franja musical espacio que se le brinda a todos los músicos nacionales e internacionales, el televoto donde se hacen preguntas de interés juvenil, guerra de videos donde se presentan dos videos de los artistas del momento, se ponen a competir por medio de llamadas y el que mayor votos reciba por parte del televidente es el video que se

transmite. La complacencia este es el video que los televidentes piden por medio de correo electrónico, el retrovisor que es un videotape del recuerdo.

4.3 DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Mundo Joven, es un programa de producción netamente guatemalteca, el cual trata de cubrir una necesidad en la producción nacional abriendo un espacio a un target juvenil, el cual no existía en Guatemala. Mundo Joven se caracteriza por ser un programa dinámico, jovial, controversial, entusiasta, innovador, es muy exigente por lo cual sábado a sábado da lo mejor para brindarle a su teleaudiencia juvenil un muy buen producto satisfaciendo las expectativas requeridas por el mismo.

En Mundo Joven se manejan temas de interés para la juventud guatemalteca relacionados con deporte de alto riesgo, ecología, turismo nacional, transmitiendo eventos de calidad con artistas de actualidad, eventos intercolegiales, todo con el fin de dar a conocer que en nuestro país existen cosas interesantes apasionadas y bellas para la juventud guatemalteca.

A través del método **IBOPE**, se estableció que Mundo Joven ha tenido una buena aceptación por la juventud televidente, alcanzando en el área metropolitana su audiencia en trece mil hogares guatemaltecos, acaparando la atención de quinientos diez mil seis cientos sesenta y cinco jóvenes, estudio que demuestra que Mundo Joven, en su contenido presenta segmentos que satisfacen sus exigencias con presentaciones de optima calidad.

4.4 SEGMENTOS DEL PROGRAMA

Según **Claudia Márquez (Asistente de Producción Mundo Joven)** el programa Mundo Joven cuenta con una variedad de espacios o segmentos que varían en su tiempo de duración, actualmente los segmentos que se transmiten son los siguientes:

1. **GUERRA DE VIDEO:** Este segmento consiste en un concurso de escogencia, al público televidente se le propone que elija entre dos videos y el que obtenga la mayoría de votos emitidos vía telefónica, será el video que se transmite.
2. **HIJO DE PU:** Este es un segmento de bromas y actividades que se basan en los sucesos que pasan o pueden pasar, tiene como fin divertir de una forma sana al televidente y hacer reflexionar a la juventud para que brinden su ayuda a las personas de escasos recursos, en la ejecución de esta parte del programa Mundo Joven; su conductor, Rodrigo Wiss, visita lugares en los cuales se presenta alguna situación especial, como por ejemplo, un asilo de ancianos, hospitales, guarderías para su entretención, recurriendo a dos personajes un mimo y un indigente.
3. **SALAMBO:** El nombre que lleva este segmento del programa, deviene de su patrocinador la **Discoteca Salambo**. En este espacio del programa, los jóvenes tienen la oportunidad de obtener vales para asistir a la discoteca Salambo, a través del correo electrónico o vía telefónica; para ganar este

derecho, deben responder correctamente a las preguntas que los conductores realizan, la importancia de éste radica en que el mensaje que se transmite propone una sana diversión.

4. **FRANJA MUSICAL:** Este segmento tiene como fin primordial brindar a nuestros talentos el apoyo necesario para la presentación de sus nuevas propuestas musicales y también está dedicado a la participación de bandas musicales nacionales que amenizan el programa, así como presentar grupos artísticos tanto nacionales como internacionales.
5. **LA COMPLACENCIA:** Es un segmento o espacio para que la teleaudiencia a través de e-mail, soliciten la transmisión de su video favorito.
6. **EL RETRO:** Es un espacio de tiempo, dedicado a la transmisión de música del recuerdo.
7. **TV ROCK:** Da a conocer la música rock, presentando artistas roqueros tanto nacionales como internacionales, su objetivo específico es el de satisfacer el gusto de los jóvenes roqueros.
8. **INSTINTO SALVAJE:** Su productor y conductor Giovanni de la Cruz, presenta al televidente temas que en su contenido presenta momentos de emoción y miedo, es decir, alterar su estado de ánimo elevando su adrenalina empleando animales exóticos, saltos de boggie, parapente, localización de ballenas, rapel, buceo, todo aquello que sea un deporte o situación extrema, que provoque ese cambio en el estado de ánimo del televidente.
9. **VIRTUAL FACTORY:** Este segmento se presenta con la idea de que los jóvenes conozcan los más avanzados programas de computación y juegos de computadoras, dando tips para que el televidente conozca y se interese por los nuevos adelantos tecnológicos y computarizados.
10. **ACTÍVATE:** Es coproducido con el Departamento de Educación Física, este segmento da a conocer todo lo que ocurre en los Colegios e Institutos, por ejemplo Kermés, juegos intercolegiales, concursos de Cheer Leader (porristas), etc.
11. **ENTREVISTAS:** Como su nombre lo indica es un espacio dedicado a entrevistar connotados deportistas del medio nacional que participan en eventos deportivos a nivel amateur y profesional, para que expresen sus puntos de vista, críticas, y todo aquello que sea de interés en el ámbito deportivo, también se entrevista a artistas nacionales, internacionales, actores de teatro, Colegios, Institutos, Eventos de Actualidad, etc.

En los eventos de actualidad, tales como inauguraciones de centros comerciales, actividades de moda, belleza, kermeses, discotecas, restaurantes, universidades, conciertos, etc. Todas estas actividades están a cargo, de dos jóvenes entusiastas y muy creativos siendo ellos Alejandro Rodríguez y Leonel Irungaray que a través de la magia de la televisión conjuntamente con

sus ocurrencias nos trasportan a ver la realidad de una forma inexplicable pero a la vez con un mensaje positivo a la teleaudiencia juvenil.

4.5 PATROCINADORES

Los patrocinadores de Mundo Joven son las entidades comerciales, mercantiles o industriales, que a través de sus representantes adquieren un espacio de tiempo para promover sus productos al televidente pagando una cantidad de dinero que depende del tiempo que requiera la presentación. En la actualidad cuenta con varios patrocinadores entre los que se encuentran: Zermat, Salambo, La Chapinita, Do Mi Sol, Pan Bimbo, TV Offer, Paladium Móvil Disco, Puma.

4.6 LA PREPRODUCCIÓN

Es la planificación adecuada que tiene como objetivo entregar al televidente un producto de primera calidad. En su ejecución se consideran las variables que se aportan mediante ideas formuladas por productores, reporteros y conductores, de esta manera se plantean los nuevos segmentos y todo aquello sucederá dentro del programa.

En este punto del proceso de producción del programa se revisan los correos electrónicos, reportajes, se planean los posibles nuevos segmentos, se establece la mecánica de cómo entregar los premios, se visualizan videos musicales y todo el material que servirá para el próximo programa, conseguido lo anterior se elabora el guión y se ejecutan las presentaciones de los segmentos y animaciones que se utilizaran en el programa así mismo la realización del ID O PRESENTACIÓN del programa que usualmente está en constante cambio dependiendo del tema a tratar en los programas.

4.7 LA PRODUCCIÓN

La producción se encarga de tener todo listo para que el video y su contenido salga al aire con buena calidad, para ello dos horas antes de salir al aire se afinan detalles, se revisa por conductores, camarógrafos, jefe de piso audio, luminotécnico, maquillista, escenógrafos, etc. el contenido del programa; por otro lado, el coordinador de switcher también revisa el guión conjuntamente con el director de cámaras el VTR (persona que casetea el programa), sonidista, voz Off, telefonista y la persona que ingresa los créditos. En esta parte de la producción se ven aspectos técnicos que verifican que los aparatos a utilizar estén en óptimas condiciones.

4.8 PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN

Este proceso se inicia en la elección de los conductores apropiados para el programa a transmitir considerando toda su experiencia y las cualidades que presenten buscando la aceptación de la teleaudiencia en este caso la juvenil, a esta actividad se le denomina Casting.

El éxito del programa depende de una buena dosificación del tiempo entre

reporteros, conductores y todas las personas que realizan actividades, requiere de una planificación de cámaras, y que los temas a presentar sean de actualidad y de interés para la juventud.

La planificación del programa es mensual y en ella se consideran o se toman en cuenta los temas a transmitir y las fechas en que se celebran acontecimientos importantes para el país, por ejemplo, fiestas patrias, de fin de año, etc.

4.9 EQUIPO DE TRABAJO

Según Lestón Culajay, el éxito de los programas en vivo, como Mundo Joven, depende de la calidad y capacidad profesional de su personal la cual está conformada:

Director Ejecutivo: El es el encargado de que la producción desde el punto de vista de la ejecución.

Productor o Productores: Ellos se encargan de llevar a cabo lo que es la producción y la post-producción del programa.

Coordinador: Es la persona que se encarga de coordinar entrevistas, reportajes, materiales, musicales que se transmitirán en el programa actividad que se desarrolla con la colaboración de un asistente que se le conoce como el asistente de producción.

Director de Cámara: Es el encargado de coordinar a los Camarógrafos, y durante el programa pide los diferentes ángulos y tiros de cámara que requiere su ejecución.

Operador de Videotape: Es quien coloca en las máquinas de video BETACAM, los cassettes que se utilizarán en la realización del programa.

Operador de Créditos: Escribe en el COMPIX, aparato diseñado para ser usado en las producciones de video, los créditos de las notas, entrevistas y grupos musicales que requiere el programa.

Operador de Audio: Tiene como funciones dentro del programa colocar los micrófonos a los conductores e invitados, su musicalización, la nitidez de los reportajes y presentación, es pieza fundamental del programa pues quien auditivamente le da vida al programa.

Luminotécnico: El es el encargado de colocar la luz necesaria en el estudio de acuerdo a lo requerido por el productor o la persona que lo dirige en el momento del programa. El luminotécnico tiene que ser cuidadoso con la colocación de la luz. Pueda ser que la imagen que se quiera dar a los televidentes no llegue muy clara.

Camarógrafos: Son los que manipulan las cámaras de acuerdo a su creatividad o bien como su director de cámaras se lo exija.

Jefe de Piso: Coordina todo lo escrito en el guión coloca a los conductores en el set que les corresponde en el momento requerido. Tiene la función de ingresar a los invitados, que el personal se encuentre en su lugar durante la transmisión y pasar los

prots, es decir, los elementos que las menciones o acciones requieran, como por ejemplo: un sombrero, un vaso, unos lentes, cuando nos referimos a una acción del programa o bien una caja de un producto cuando se trata de una mención patrocinada.

Escenógrafos: Realizan la escenografía de acuerdo a los requerimientos que el productor les pida; y al estar en al aire el programa, asisten al jefe de piso colocando las piezas necesarias durante la transmisión.

Coordinador del Switcher: Tiene las funciones de control de personal, que todos ocupen el lugar que les corresponde, revisar el guión en forma conjunta con el personal que estará en el switcher, que los cassettes a utilizar estén con el operador de videotape, que los créditos estén listos así como también que el encargado de audio module con los conductores y la voz en OFF.

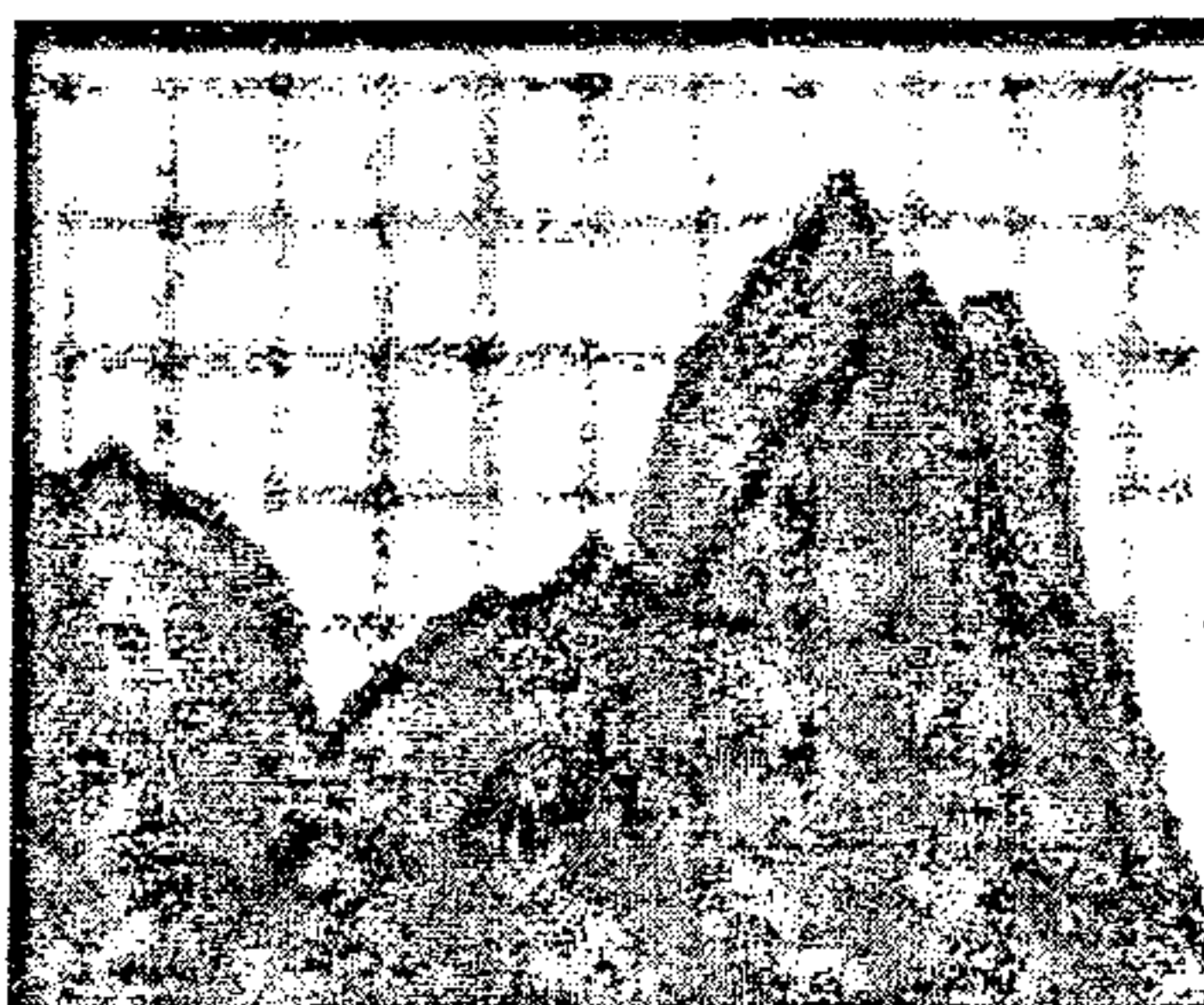
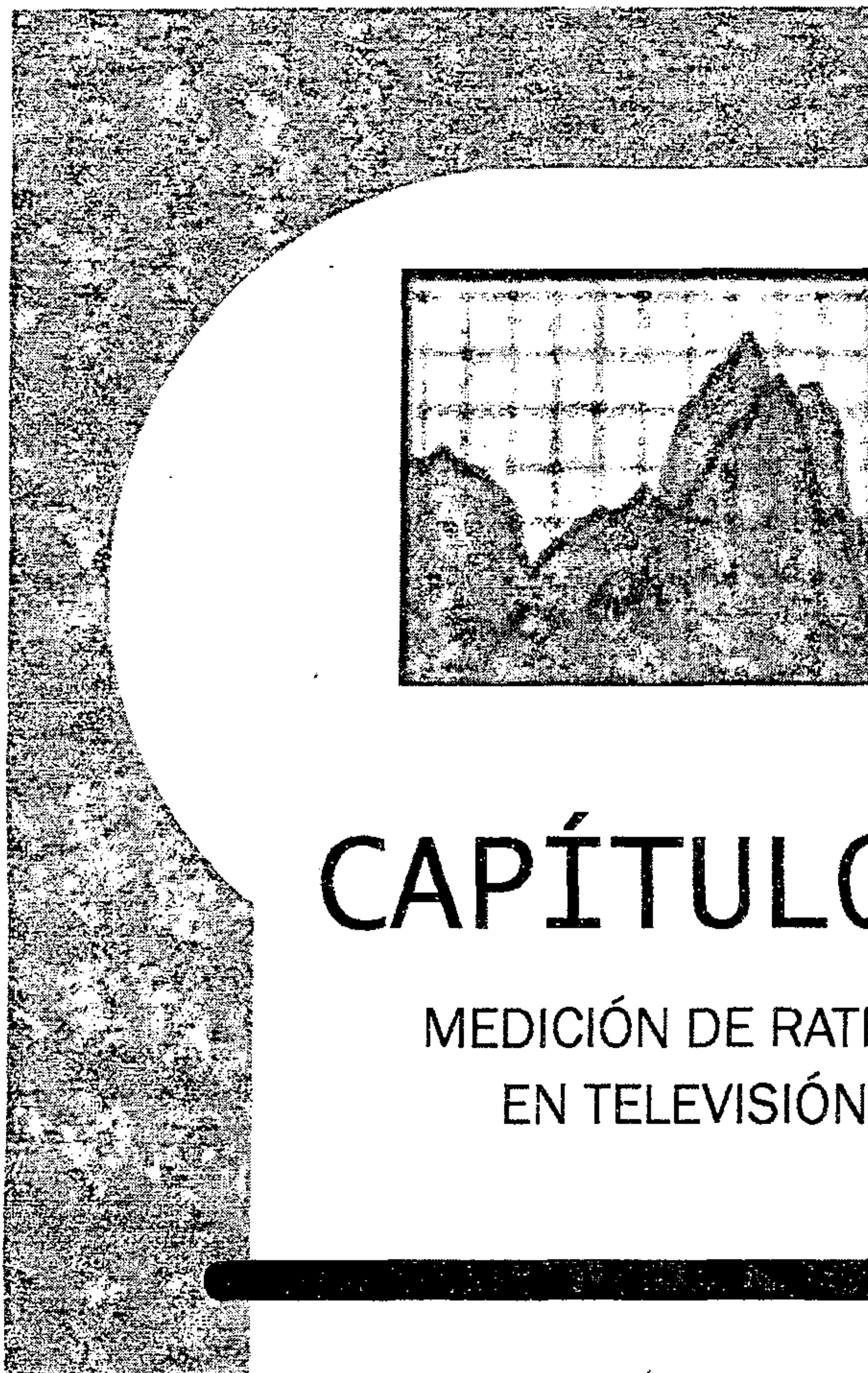
Voz OFF: Es la persona que anima e interactúa con los conductores del programa, dándole vida, pues su función es decir cuándo se va o se viene de corte.

Telefonista: Recibe las llamadas de los televidentes en los concursos y toma datos de los posibles ganadores.

Maquillista: Maquilla a los conductores e invitados, cuidando de que su imagen no presente brillos y esté perfecta.

Ejecutivos de Ventas: Son parte importante del programa y su función consiste en vender a los promotores los segmentos que lo integran.

Tráfico: Las personas que trabajan aquí se encargan de hacer las pautas que irán dentro del programa.



CAPÍTULO V

MEDICIÓN DE RATING
EN TELEVISIÓN

CAPÍTULO V

MEDICIÓN DEL RATING EN TELEVISIÓN

Según entrevista con la Licenciada Ana Carolina de León, del departamento de Estadística de Canales 3 y 7 de Televisión, la medición de rating, presenta las siguientes fases:

5.1 IBOPE -TIME GUATEMALA

Grupo IBOPE Latinoamérica, El instituto Brasileño de opinión Pública y Estadística (IBOPE), fue fundado en el año de 1942 y es pionero en el área de Investigación de Audiencia de Televisión por medio de Sistemas Electrónicos. Es líder en mediciones de audiencia, monitoreo e investigación de medios y estudios de opinión pública en América Latina, está ubicado tercero en el ranking mundial, tiene operaciones en Argentina, Brasil Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Paraguay, Uruguay, Perú y Venezuela. (Licda. Ana Carolina De León, Departamento de Estadística de canales 3 y 7).

5.2 TIME

TIME (Tecnología Avanzada en Investigación de Mercados) inicia sus mediciones de audiencia televisiva en el año 1985. **TIME** es el instituto más importante del mercado chileno con más de 19 años de experiencia contribuyendo al desarrollo de la actividad publicitaria chilena, gracias a la entrega de resultados confiables, oportunos e informatizados, acordes a las necesidades de información de sus clientes. **TIME** realiza la alianza con IBOPE, dando paso al grupo **IBOPE - TIME** en 1992. **IBOPE - TIME** es el resultado de una alianza entre dos empresas responsables de exitosas experiencias de Medición, de hábitos de audiencia, por medio de sistemas **PEOPLE METER** en América Latina.

5.3 GRUPO IBOPE LATINOAMERICA

La fórmula es utilizar la tecnología **IBOPE** sumada al know how local. **IBOPE** cuenta con socios estratégicos como **AGB (Italia)**, **A.C NIELSEN (USA)**, **TIME (Latinoamérica)**, **Markdata (Desarrollo de sofware - Portugal)** y **WPP (Grupo Kantar del Consorcio Británico)** que le permiten mantener una ventaja competitiva, además de un conocimiento de la realidad latinoamericana.

TIME, en el año 1999 lanzó al mercado chileno el primer estudio de Medición de Hábitos de Consumo de Medios y Productos, llamado Target Index Group (**TGI**), proporcionando a la industria publicitaria herramientas de planificación sofisticadas y altamente segmentadoras para las actividades de planeación de medios.

5.4 PRECISIÓN, CONFIABILIDAD Y RAPIDEZ

Toda la información que brindan las empresas del Grupo IBOPE es el resultado de un monitoreo constante de los mercados a través de recursos tecnológicos propios permanentemente auditados por organismos de control externos.

Los datos obtenidos son procesados con hardware y software especialmente

desarrollados y sometidos a un riguroso control de calidad interno, por un equipo de profesionales con capacitación y herramientas específicas, esto posibilita que cada cliente cuente con información precisa y confiable con la máxima rapidez. ¿Cómo IBOPE selecciona la muestra de sus entrevistas de opinión pública? Pues en base a la información estadística proporcionada, en nuestro caso, por el INE, se crea una muestra maestra o marco muestral con la lista de hogares posibles a contactar y se conocen las características de la población. Cuyo objetivo son servir de referencia para la selección estratificada de la muestra operativa.

Dichos hogares se escogen de manera aleatoria, sistemática y no proporcional a nivel socioeconómico, de tal manera que todos tengan la misma posibilidad de ser elegidos, pero logrando un número representativo por cada nivel. En la ciudad de Guatemala se estudia los estratos Alto/ Medio (A/B), Bajo (C).

IBOPE – TIME, mide las audiencias de la Televisión en toda Guatemala; mide los ratings en el Centro del área Metropolitana que está conformada por los siguientes municipios:

- GUATEMALA
- VILLA CANALES
- VILLA NUEVA
- SANTA CATARINA PINULA
- SAN JOSÉ PINULA
- MIXCO
- SAN MIGUEL PETAPA

Sin considerar los hogares del estrato más bajo de la población, correspondiente al segmento “E”.

5.5 BASE DEL ESTUDIO ESTADÍSTICO

DISEÑO Y SELECCIÓN DE MUESTRAL

- **Muestra Maestra:** (Marco muestral) con base en la información suministrada por el INE se selecciona la muestra maestra, cuyos objetivos son de servir de referencia para la selección estratificada de la muestra operativa así como conocer las características de la población que no son proporcionadas por las instituciones locales. Y por último generar los universos a proyectar garantizando la representatividad de la población bajo estudio en función de su tamaño.
- **Muestra Operativa:** (panel de medición) es la que proporciona la información cuantitativa sobre la sintonía de cada miembro de los hogares seleccionados.

5.6 ¿PORQUÉ ENCUENTRO O ESCUCHO DIFERENTES DATOS DE RATING PARA UN MISMO PROGRAMA? ¿CUÁL DEBO CREER?

Según la página www.peoplemeter.cl/web/graficamente.asp, el rating es un valor estimado que expresa porcentualmente el comportamiento de la población, de ahí que la interpretación de un gran rating, dependerá de tanto la unidad muestral como de la

categorización de variables a que haga referencia.

Aquí una lista de las unidades, variables categorías y parámetros imprescindibles para la correcta interpretación de un determinado valor de rating:

UNIDAD VARIABLES	HOGARES NSE	PERSONAS NSE
CATEGORÍAS	Tipo: dueñas de casa. NSE: ANCI C2, C3, D Dueña de Casa: trabaja fuera del hogar. Dueña de Casa: no trabaja.	Sexo NSE: ABC1 C2, C3,D Sexo: Hombre, Mujer
PARÁMETRO	Intervalo: Minuto exacto, programa, bloque, horario. Periodo: días, semanas, meses, años.	Intervalo: Minuto exacto, programa, bloque, horario. Periodo: Días semanas, meses, años.

5.7 ¿A CUÁNTO EQUIVALE UN PUNTO DE RATING?

Un punto de rating equivale al 1% del universo al que se hace referencia. También es importante considerar a qué target o grupo objetivo hace referencia un punto de rating específico, ya que no es lo mismo un punto de rating de la unidad muestral de hogares, que uno de personas.

5.8 MUESTRA ELECTRÓNICA

La representatividad de la muestra se comprueba a través de un Cálculo de errores empíricos: indican una buena representación y parten del supuesto que una muestra utilizada en un 90% es lo suficientemente representativa del universo. El control muestral se da mantenimiento continuamente a la muestra del panel, para mantener el balance muestral.

Algunas veces se preguntaran ¿Por qué no conozco a nadie que haya sido entrevistado por **IBOPE – TIME**? Pues dentro de las condiciones a las que un hogar de la muestra panel se compromete para pertenecer en él, se encuentra la total confidencialidad de la información. Esto implica que desde el momento que forman parte del panel no deberán divulgar, bajo ninguna circunstancia que lo es, pues esto pondría en riesgo la integridad de los datos al estar expuestos a posibles sesgos o influencias externas.

La Audiencia de Televisión la miden gracias a los avances tecnológicos y metodológicos, ya no es suficiente una metodología de encuestas coincidentales, recordatorias o telefónicas. El servicio de medición de audiencia que brinda

IBOPE-TIME es en base al registro electrónico de información a través de los aparatos PEOPLE METER; éste consta de un computador con pantalla, una fuente de poder y un control remoto o membrana que registra automáticamente el encendido, cambios de canal y miembros del hogar que estén expuestos a la Televisión.

A medida que las audiencias se fragmentan, entre un número cada vez mayor de televisores en el hogar, número de canales (abiertos y pagados), videocaseteras, video juegos, estos hábitos sólo pueden ser estudiados fielmente con una tecnología como ésta. El PEOPLE METER permite analizar la audiencia minuto a minuto, individuo a individuo, con el nivel de detalle requerido por el mercado. Se instala en todos los hogares de la muestra panel hasta un máximo de cinco televisores por hogar, están diseñados de tal manera que puedan grabar información de más de 100 canales.

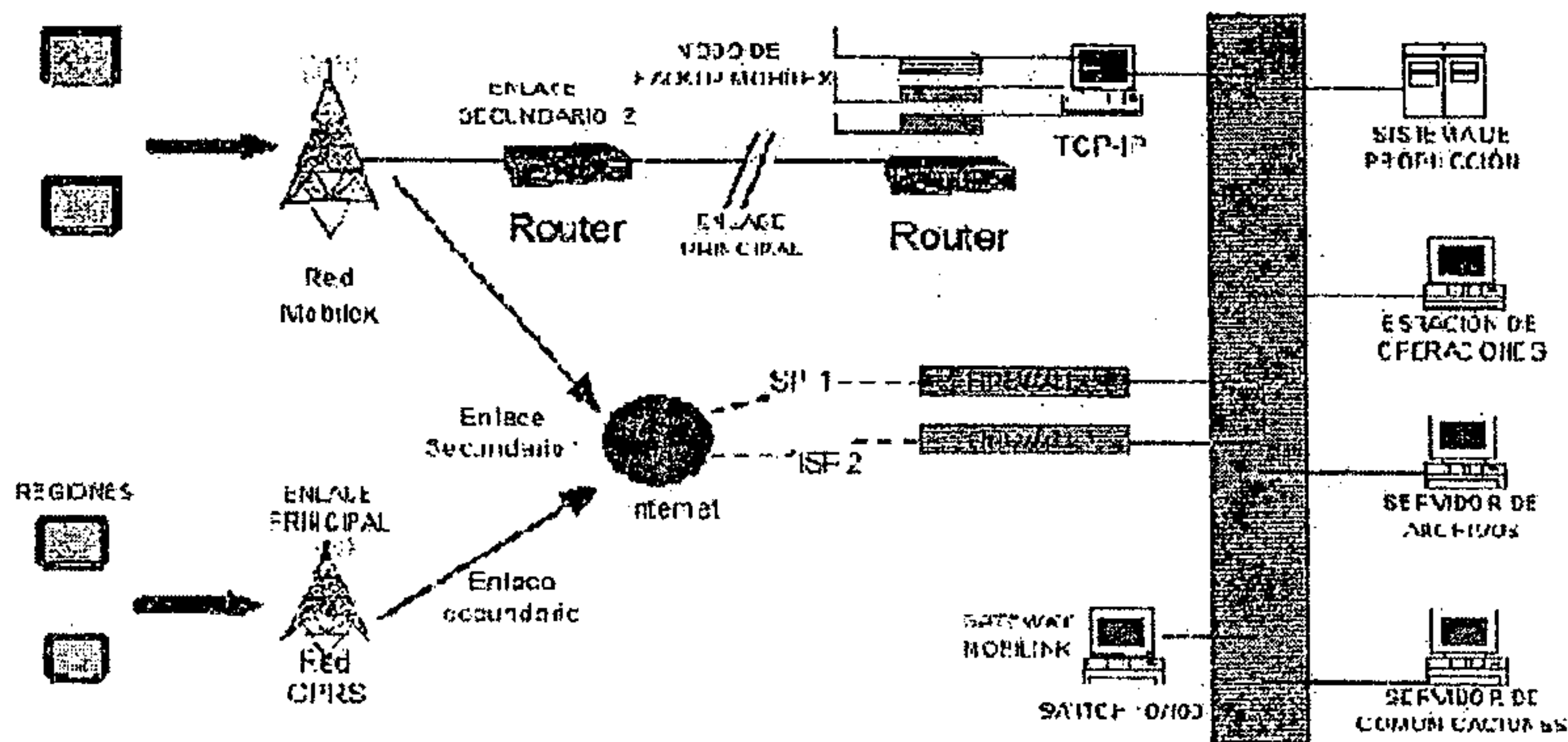
Toda información viaja a través de la línea telefónica hacia la central, la que se encarga de verificar la información y pasarla por estrictos controles de calidad que aseguren su validez y representatividad. Luego se generan los archivos en formatos que puedan ser leídos por nuestros sistemas de consulta. En el Monitoreo se verifica la información de programación de los diversos medios que medimos, utilizando en este caso, la de televisión para alimentar los procesos y definir los horarios de inicio y término de los programas, así como la hora y duración exacta de los comerciales emitidos entre ellos. ¿Cómo se mide la Audiencia de Televisión? Pues estos son manejados a través de un control que permite que cada miembro del hogar sea reconocido y con él, su consumo personal.

A cada miembro del hogar se le asigna una letra del control remoto, que es utilizado para registrar el estado de audiencia. La información de la composición del hogar, como de los miembros del mismo, se graban al PEOPLE METER mediante un software. Dichos miembros han sido previamente registrados en la base de datos interna, indicando sexo, edad y el nivel socioeconómico que heredan del hogar. Los estados que registra el PEOPLE METER son:

- Existencia de energía eléctrica en el hogar
- Televisor enchufado o desenchufado
- Televisor encendido o apagado
- Recepción de TV cable/broadcast
- Recepción de TV u otras
- Canal sintonizado – hasta 999 señales – de VHF – UHF, video, TV cable o juego
- Cantidad e identificación del espectador.

5.8.1 ¿Cómo se calcula el Rating? Se calcula una vez que los datos del PEOPLE MASTER ingresan la base de datos del centro de cómputos se otorga a cada hogar o individuo un peso que indica la cantidad de hogares o individuos del universo que representa. Luego, para calcular a modo de ejemplo el rating hogar, se hace el cociente entre el número de hogares representados por los que miran televisión y el número total de hogares del universo. De la misma forma se calculan el rating para cualquier otro target.

GRAFICAMENTE COMO FUNCIONA LA RECOLECCIÓN DE DATOS



PROGRAMA DE LA UNIVERSIDAD LA SALLE
CIDIORORA CENTRAL

$$\text{Rat\%} = 100 \times \frac{\sum_{i=1}^N (t_i \times p_i)}{T \times P}$$

muestral $\sum_{i=1}^N$ $(t_i \times p_i)$

t_i = Minutos vistos
p_i = Sumatoria pesos de la unidad
T = Tiempo total del evento
P = Universo de unidad

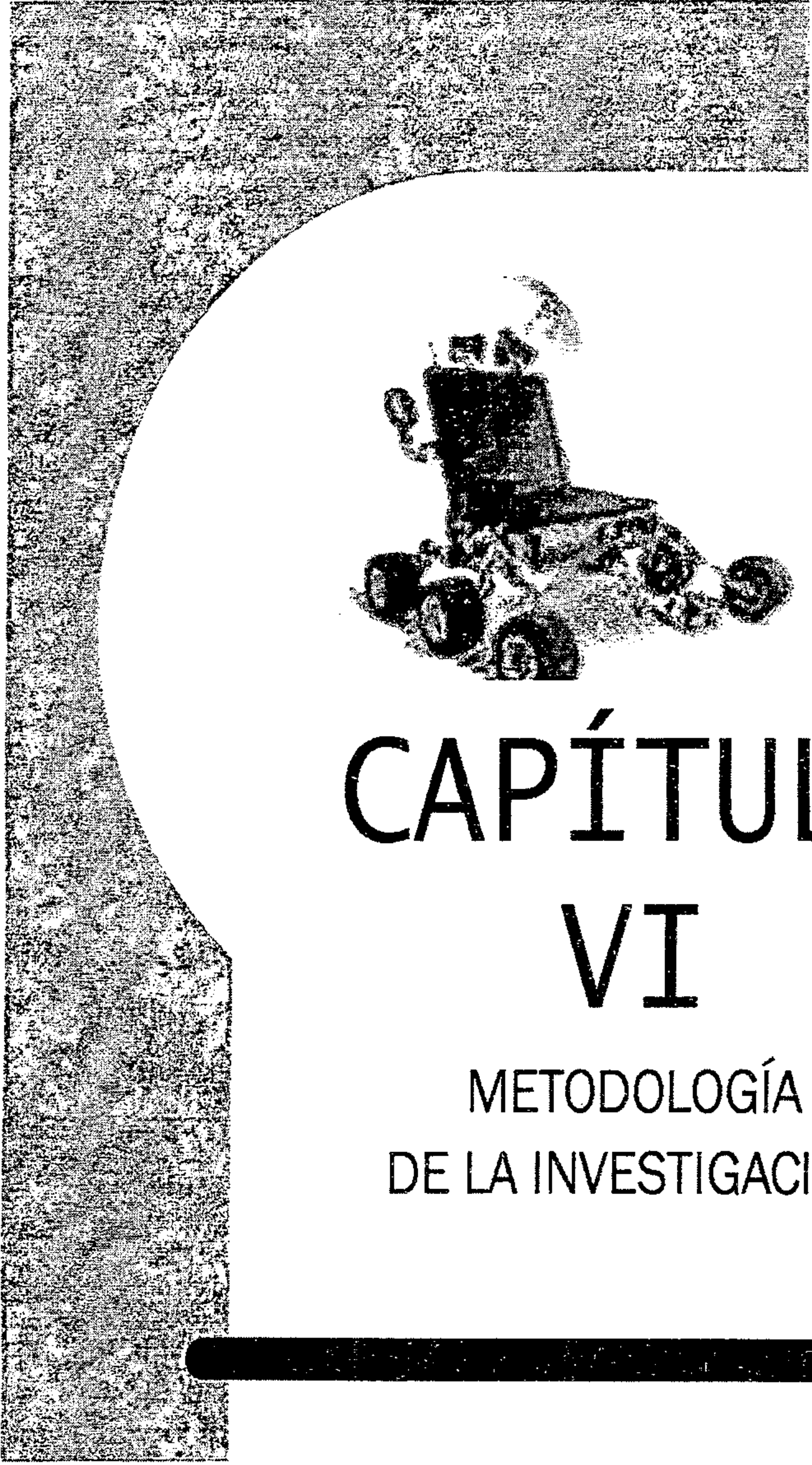
Según información obtenida en entrevista a Melvin Flores, en Guatemala más de 9.7 millones de guatemaltecos están expuestos a la televisión nacional diariamente de acuerdo a estudios realizados a nivel nacional en áreas urbanas y rurales de todos los Departamentos de Guatemala, confirman que la penetración de energía eléctrica alcanza un 93.1% de la población total de 12, 705,867 y de estos el 76.3% poseen televisión.

Por consiguiente podemos resumir que 9, 695,054 personas, a nivel República, tienen acceso a la televisión a nivel nacional.

Esto nos brinda un mejor panorama del universo de la población al que puede estar expuesta nuestra marca o servicio, utilizando adecuadamente el medio televisivo. Este medio nos permite enterarnos de lo que sucede en el mundo entero, está claro que antes de saber y conocer qué pasa en nuestro país, para lo cual existen los diferentes noticieros en las distintas emisiones: mañana, tarde y noche, así como también los programas de entretenimiento, novelas películas, etc.

El segundo cuadro nos indica la posesión de la televisión por Departamento, número de personas equivalente a un punto de rating y el rating promedio de la televisión nacional por la mañana, tarde y noche con sus respectivas proyecciones de personas. La última columna nos indica el total de impactos promedio constante. A continuación presentamos un ejemplo de cómo Multivex mide el rating en toda Guatemala, es decir, área metropolitana, occidente, sur, sur - oriente, nor - oriente en nuestro país.

El muestreo que se realiza de Multivex a través de IBOPE, con lo que se refiera a la medición de rating de los canales nacionales en este caso canales 3, 7, 11,13, es de acuerdo a su programación y horarios a los que estén expuestos pues aquí se manejan diferentes rangos en cuestión de horarios, es decir, Franja Matutina que comprende de 6:00 a.m. a 12:00 horas, la Programación Vespertina que es de 12:00 a 18:00 horas, la Franja Estelar o Prime Time que es de 18:00 a 11:00 horas. Ya establecidos los horarios podemos hablar de los días que son mejores para anunciarse y esto depende del programa que se transmita por ejemplo en el horario estelar los noticieros son los que más teleaudiencia jalan es por ello que en este horario tenemos más cargados las pautas y éstas a su vez tienen un tarifa más alta, por ejemplo, la tarifa de los avances en las novelas o películas que son en la franja estelar o prime time tienen un valor de Q.11,825.00 por un mes la cual incluye presentación, avance y comercial de 30", todo hace un total de un minuto este precio no incluye los impuestos y sino fuera una comprara anual sino con días específicos tiene una tarifa de Q.12,900. Pero para que tengamos un concepto más claro de cómo se maneja la medición de rating y cómo se manejan las tarifas en los canales les presentamos algunos ejemplos de la programación donde especifican los horarios y al mismo tiempo se los presentaremos ya graficados. Ver anexos.



CAPÍTULO VI

METODOLOGÍA
DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO VI

MARCO METODOLÓGICO

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En nuestro país como en todo el mundo, los medios de comunicación juegan un papel importante, sin restarle importancia a la prensa y otros medios, la televisión por sus características auditiva, visual y escrita tiene ventaja en la información, educación, culturización y entretenimiento que transmiten.

He aquí la importancia de dar a conocer los conocimientos teórico-prácticos básicos, para la producción de programas en sus ramas de educación, información, noticioso o entretenimiento.

6.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El objetivo principal se orienta a proporcionar los pasos y formas de producir programas de televisión en vivo.

La investigación se llevó a cabo durante los meses de abril a agosto del 2006 a partir de los objetivos propuestos.

6.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación describe porcentualmente los resultados obtenidos, tomando en cuenta los parámetros de audición, lenguaje empleado y contenido del Programa Mundo Joven.

La información recabada de acuerdo a las variables presentadas se estableció la buena aceptación del programa, y gráficamente se plasma esa información.

En cuanto a la Producción de Programas de Televisión se describe todo su proceso.

6.3 TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

La información se adquirió mediante preguntas cerradas tomadas a un grupo de jóvenes que residen en la Colonia Centroamérica zona 7 de la ciudad capital, obteniéndose los resultados que se presentan en forma gráfica.

6.4 TÉCNICA Y PROCEDIMIENTO

6.4.1 TÉCNICA

Se realizó una investigación bibliográfica en las Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, consultas en Internet, complementándose con entrevistas a Ejecutivos de Ventas, Estadística y Productores de los Canales 3 y 7 de televisión.

6.4.2 MUESTRA

La encuesta se ejecutó visitando personalmente a un grupo de setenta jóvenes residentes en diferentes áreas de la Colonia Centroamérica zona 7 de la ciudad capital, con preguntas cerradas diseñadas específicamente para la investigación.

6.5 INSTRUMENTOS

En la recopilación de datos se empleó la entrevista, la encuesta y la información bibliográfica.

6.5.1 ENTREVISTA

Se realizó una serie de entrevistas con personas conocedoras del tema, que en este caso es el Procedimiento de Producción para Programas de Televisión.

6.5.2 ENCUESTA

El contenido de la encuesta consistió en conceptos básicos relacionados con el vocabulario empleado y desempeño de los conductores del programa, contenido y audiencia.



CAPÍTULO VII

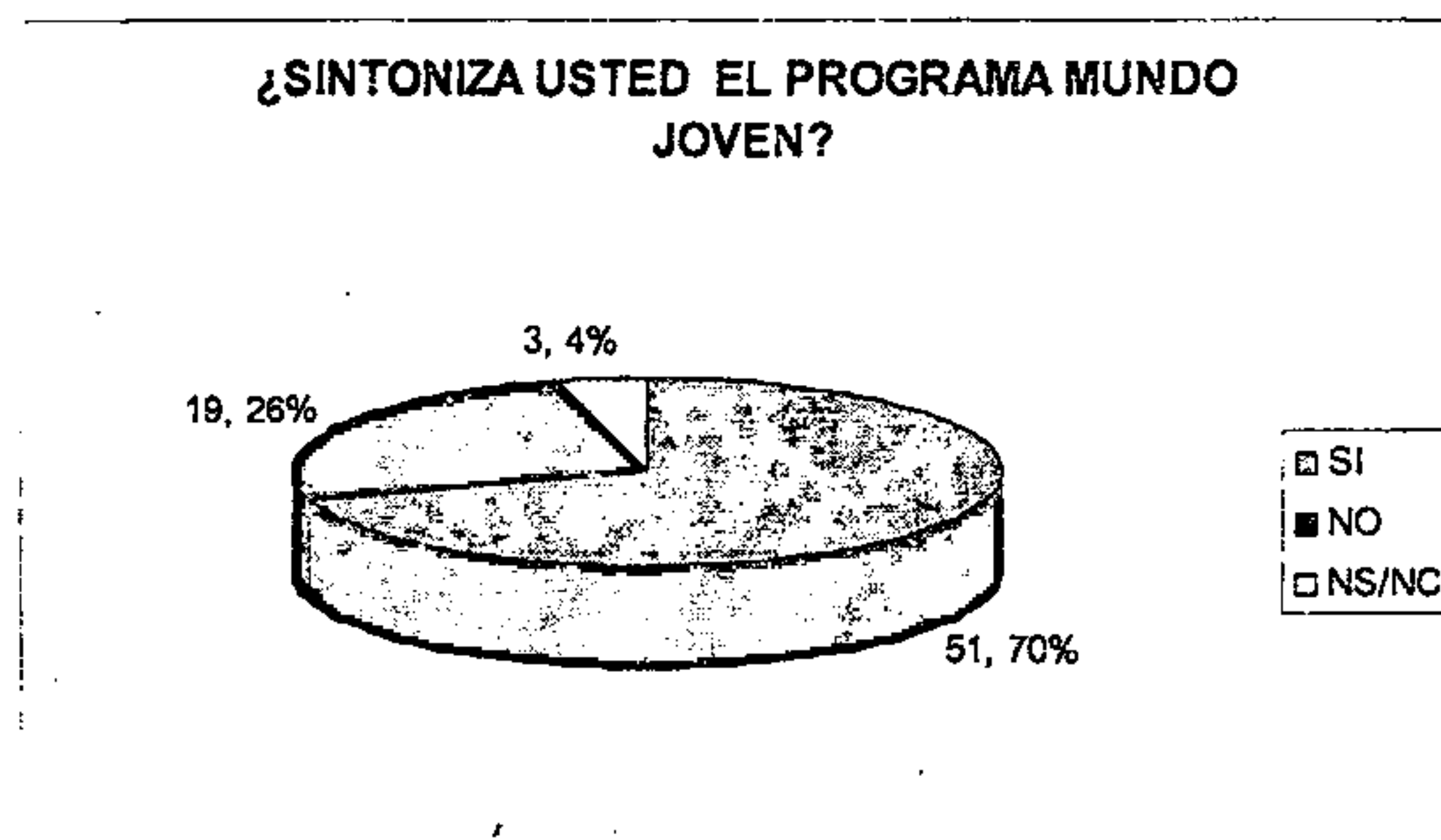
ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN
DE RESULTADOS



CAPÍTULO VII ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

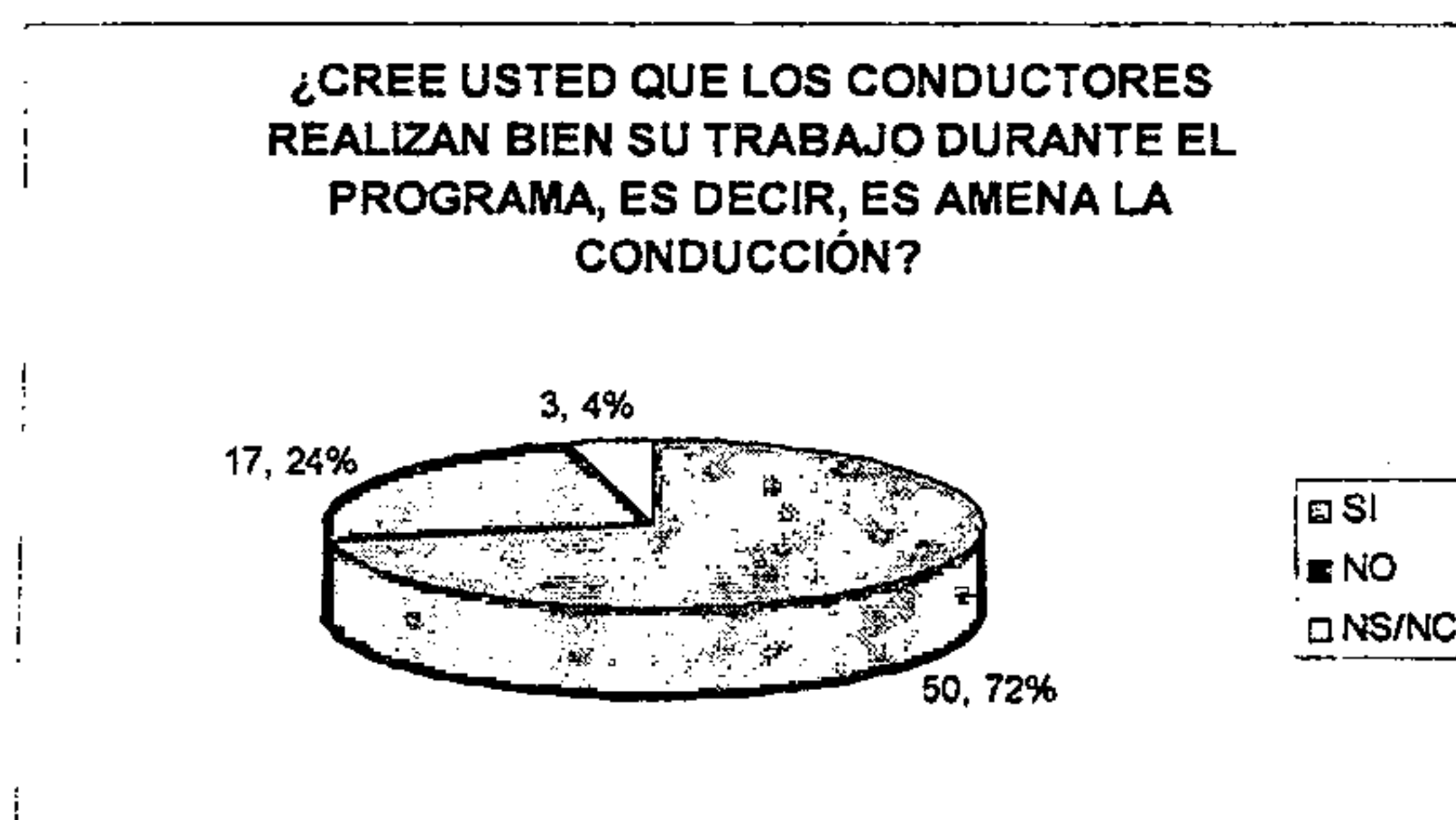
La encuesta fue aplicada en la **Colonia Centroamérica**, zona 7 de la capital; sobre una población de 70 jóvenes de 15 a 28 años de edad, residentes en distintos puntos de la colonia Centroamérica, a efecto de obtener una información adecuada y veraz.

7.1 GRÁFICA No1



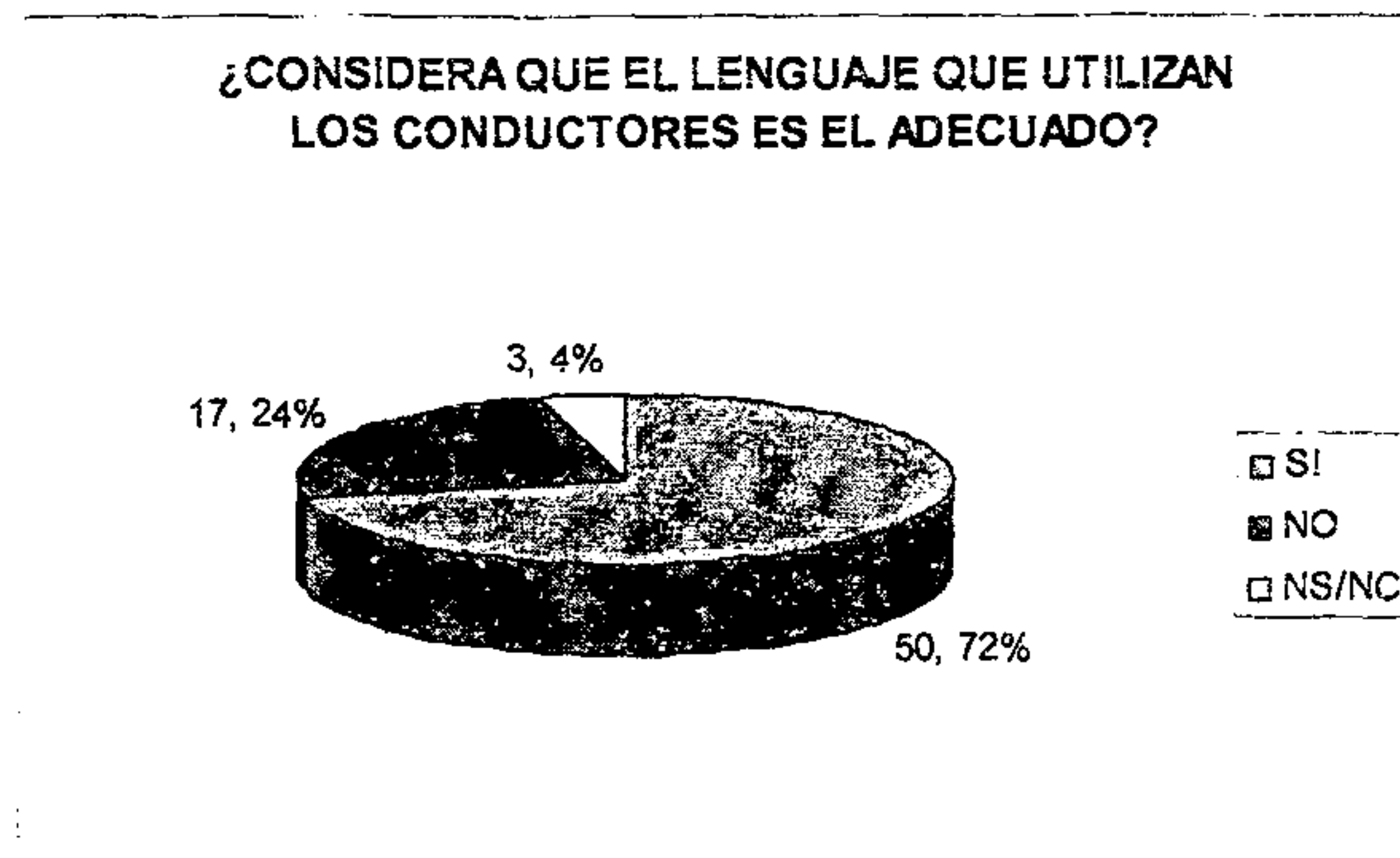
A la pregunta formulada, el 51.70 por ciento de la población encuestada respondió que sí sintoniza el Programa Mundo Joven, lo cual representa una aceptación por parte del televidente hacia este programa.

7.2 GRÁFICA No. 2



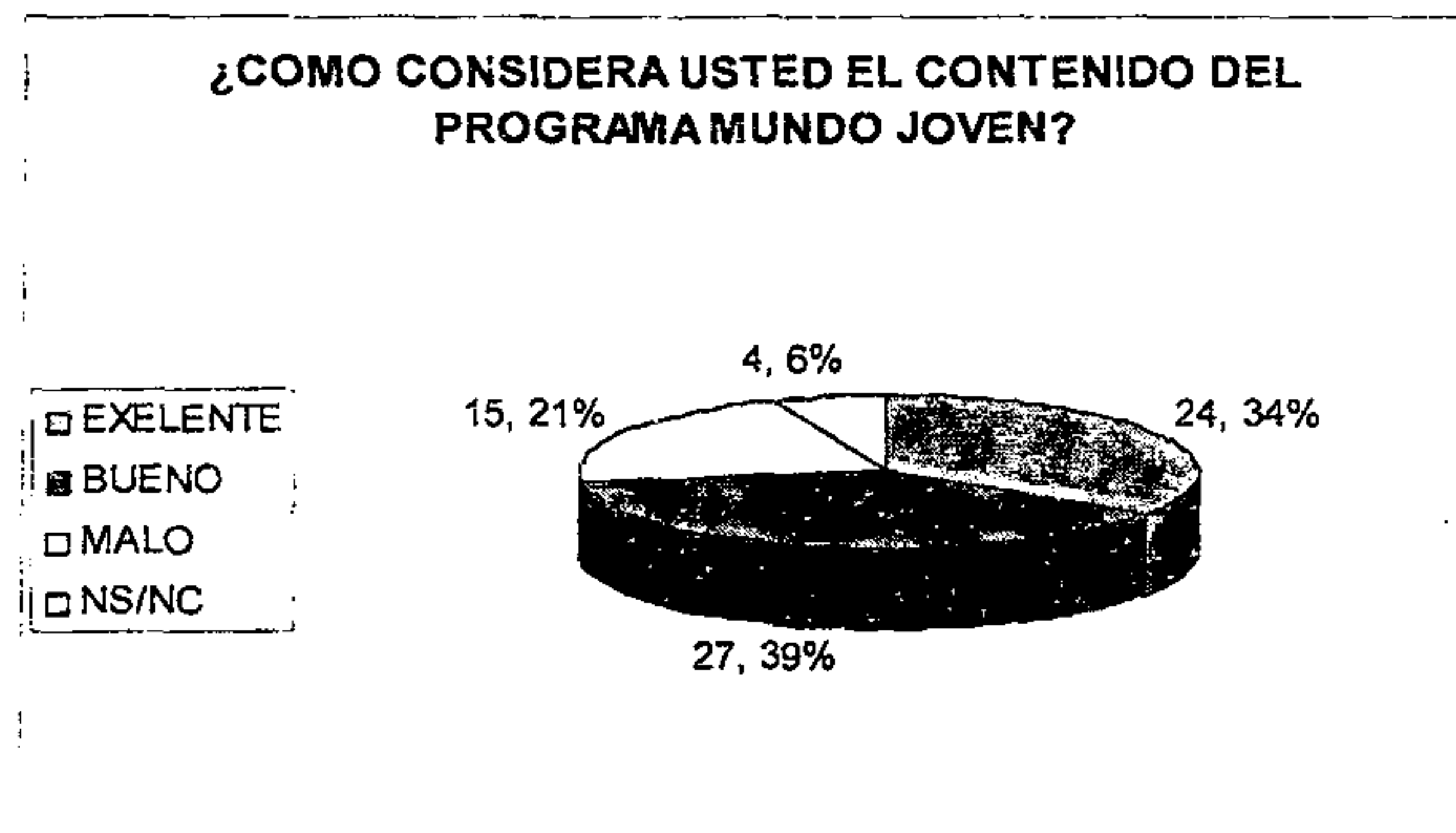
A la pregunta formulada, la población encuestada coincide en buena medida con la anterior pregunta, es decir, que el porcentaje de aceptación al trabajo de los conductores del programa es similar pues presenta un 50.72 por ciento.

7.3 GRÁFICA No. 3



La pregunta formulada tiene íntima relación con la pregunta No2, que se refiere al trabajo realizado por los conductores del programa Mundo Joven, el cual implica la utilización de un lenguaje adecuado al dirigirse al público televidente, en este caso el porcentaje de aceptación alcanza el mismo nivel de 50.72 por ciento.

7.4 GRÁFICA No 4

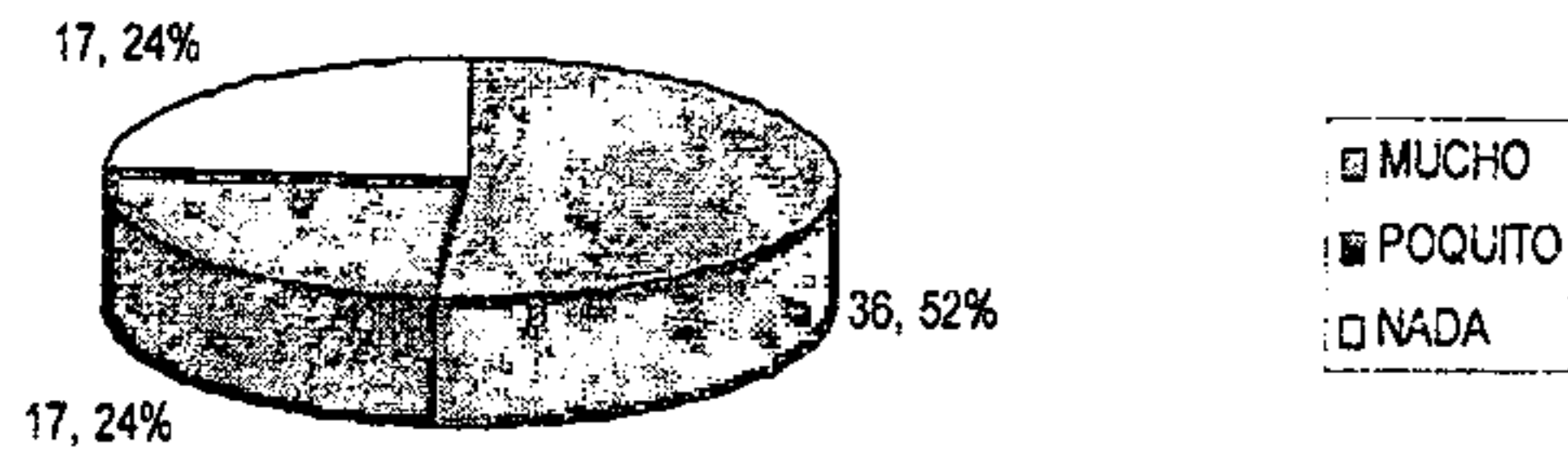


Los encuestados al responder sobre el contenido del programa también reflejan que Mundo Joven es un programa que goza de buena aceptación dentro de la juventud guatemalteca por cuanto que entre las variables de excelente y bueno alcanza un porcentaje de 51.73 por ciento.

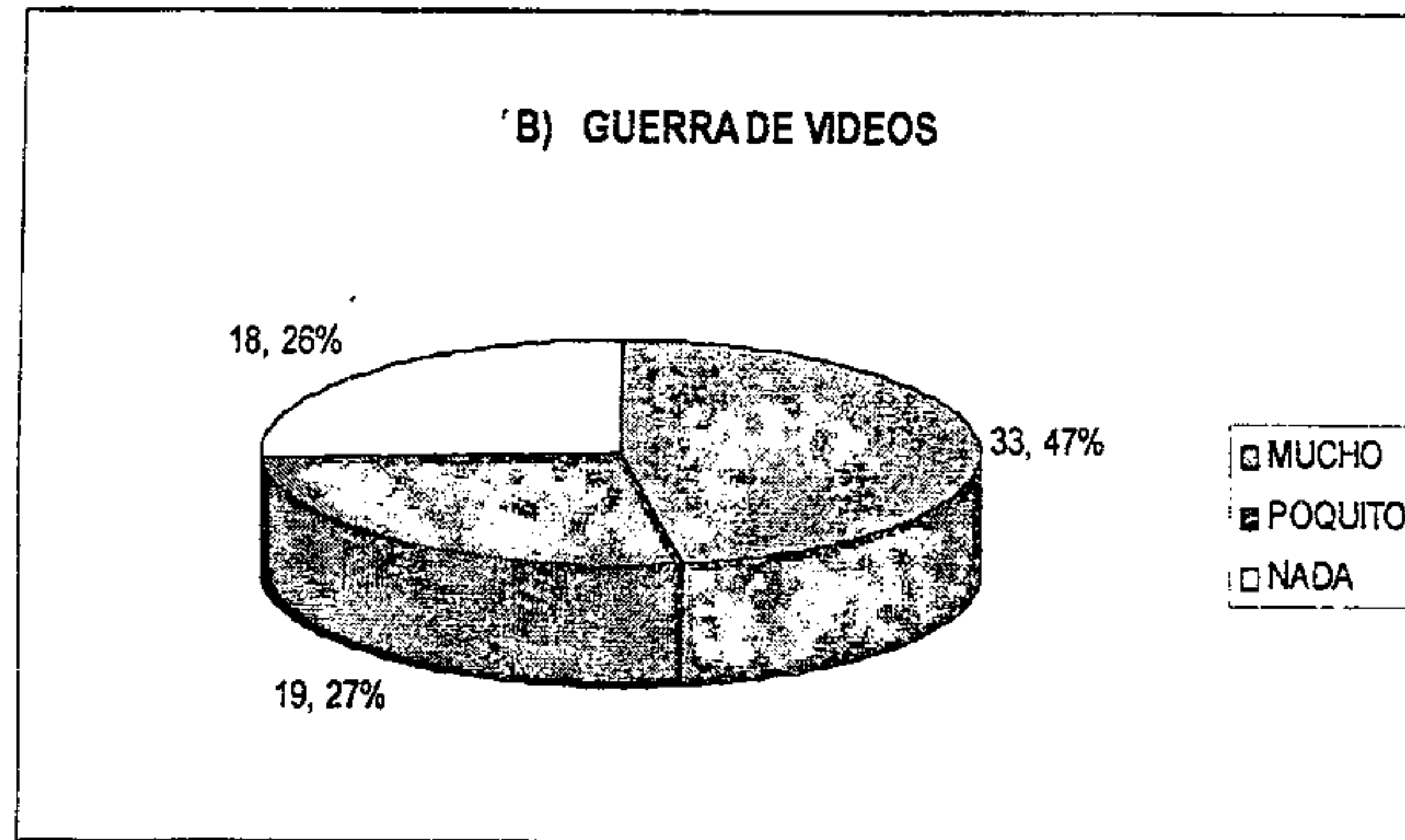
7.5 GRÁFICA No5

¿CUÁL ES EL SEGMENTO QUE MÁS LE GUSTA DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN?

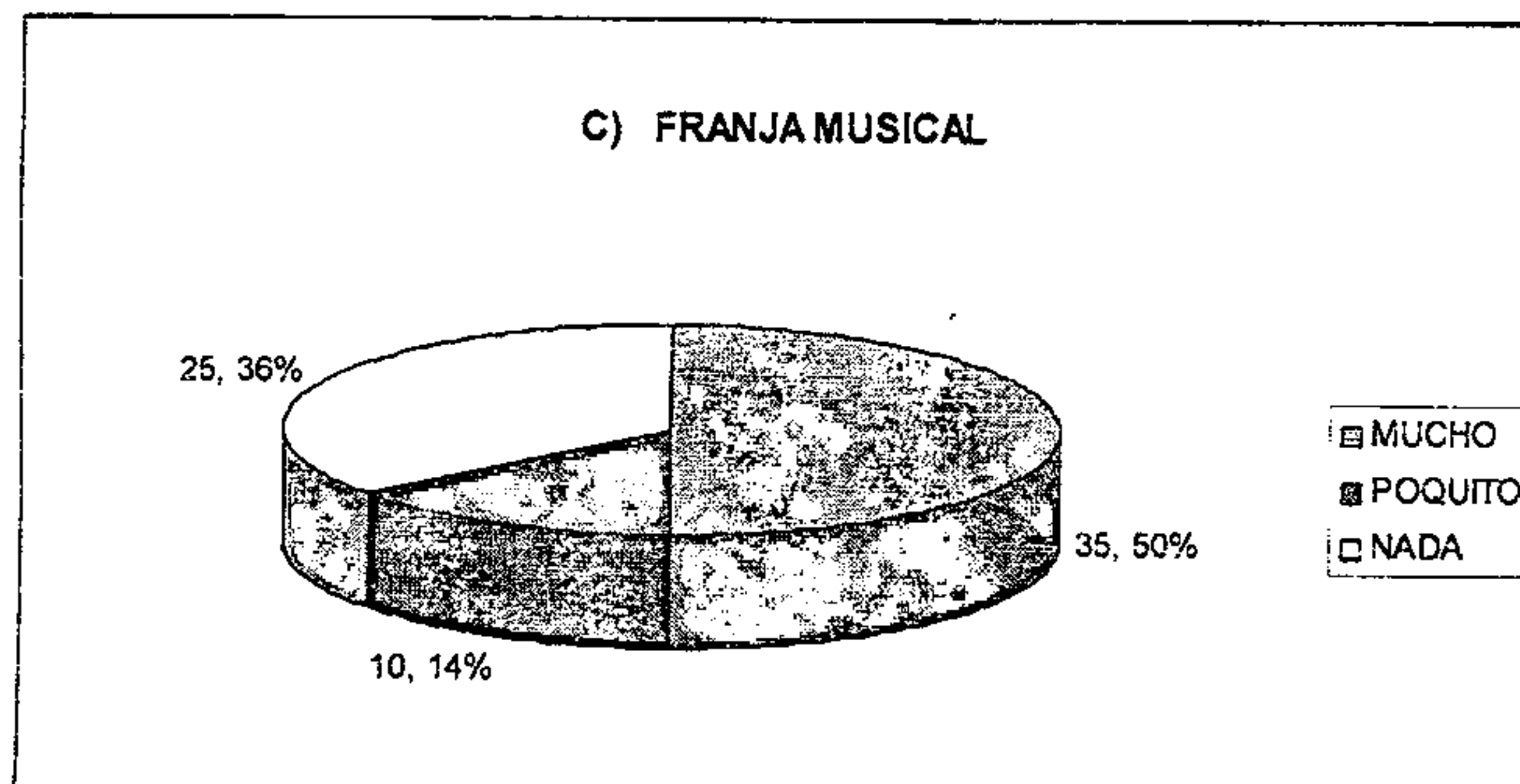
A) COMPLACENCIAS



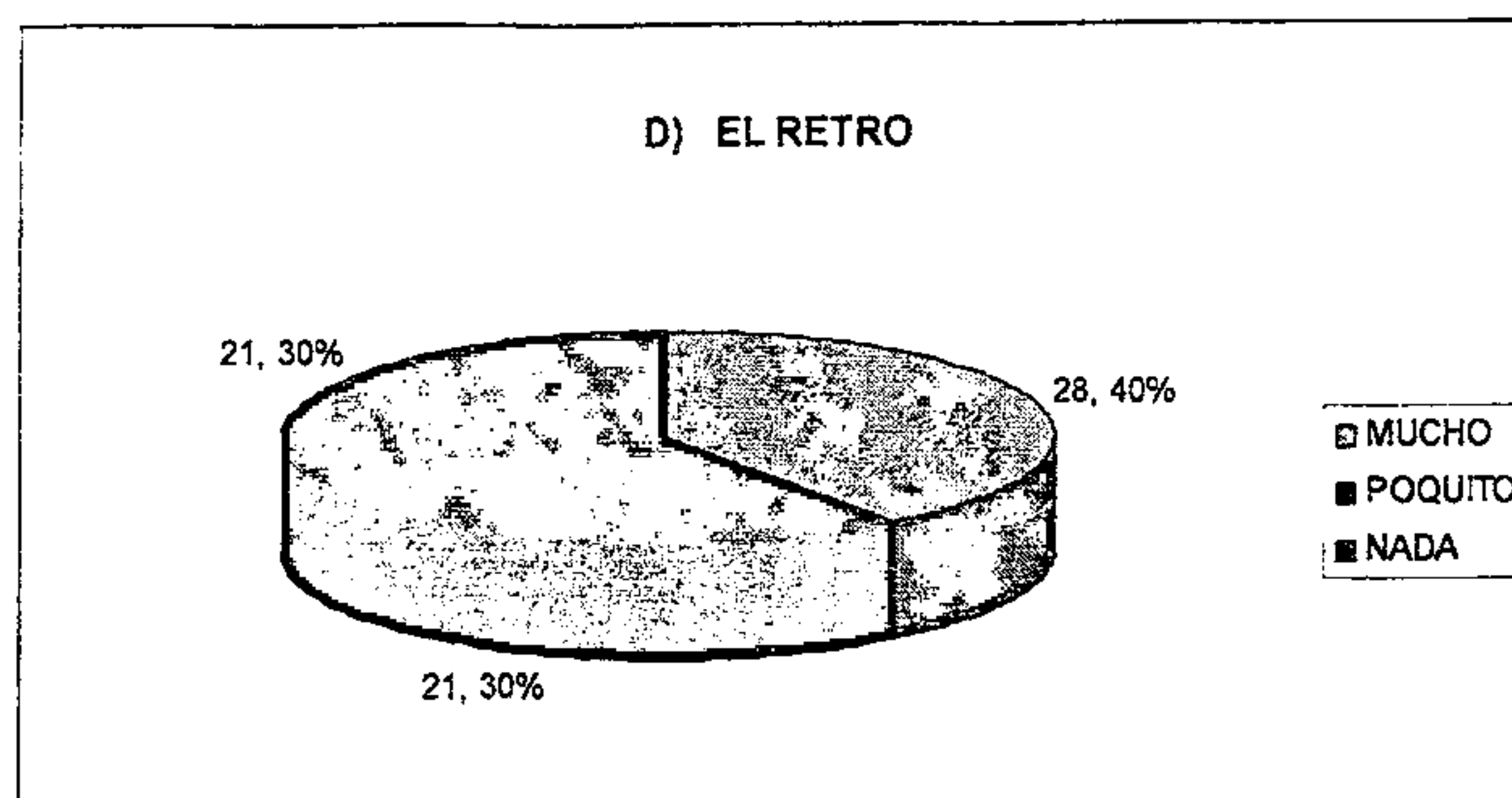
7.5.1 B. GUERRA DE VIDEOS



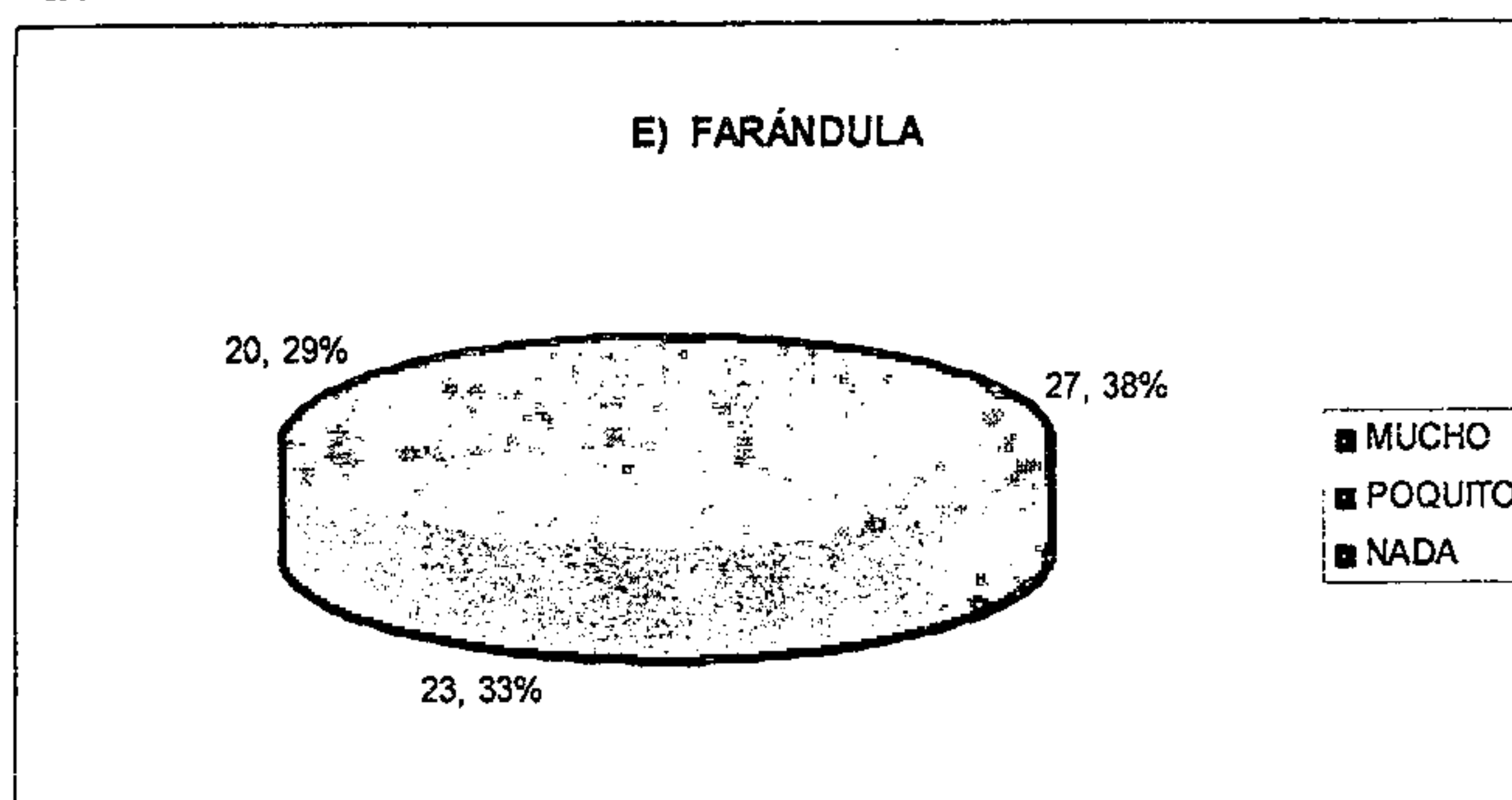
7.5.2 C. FRANJA MUSICAL



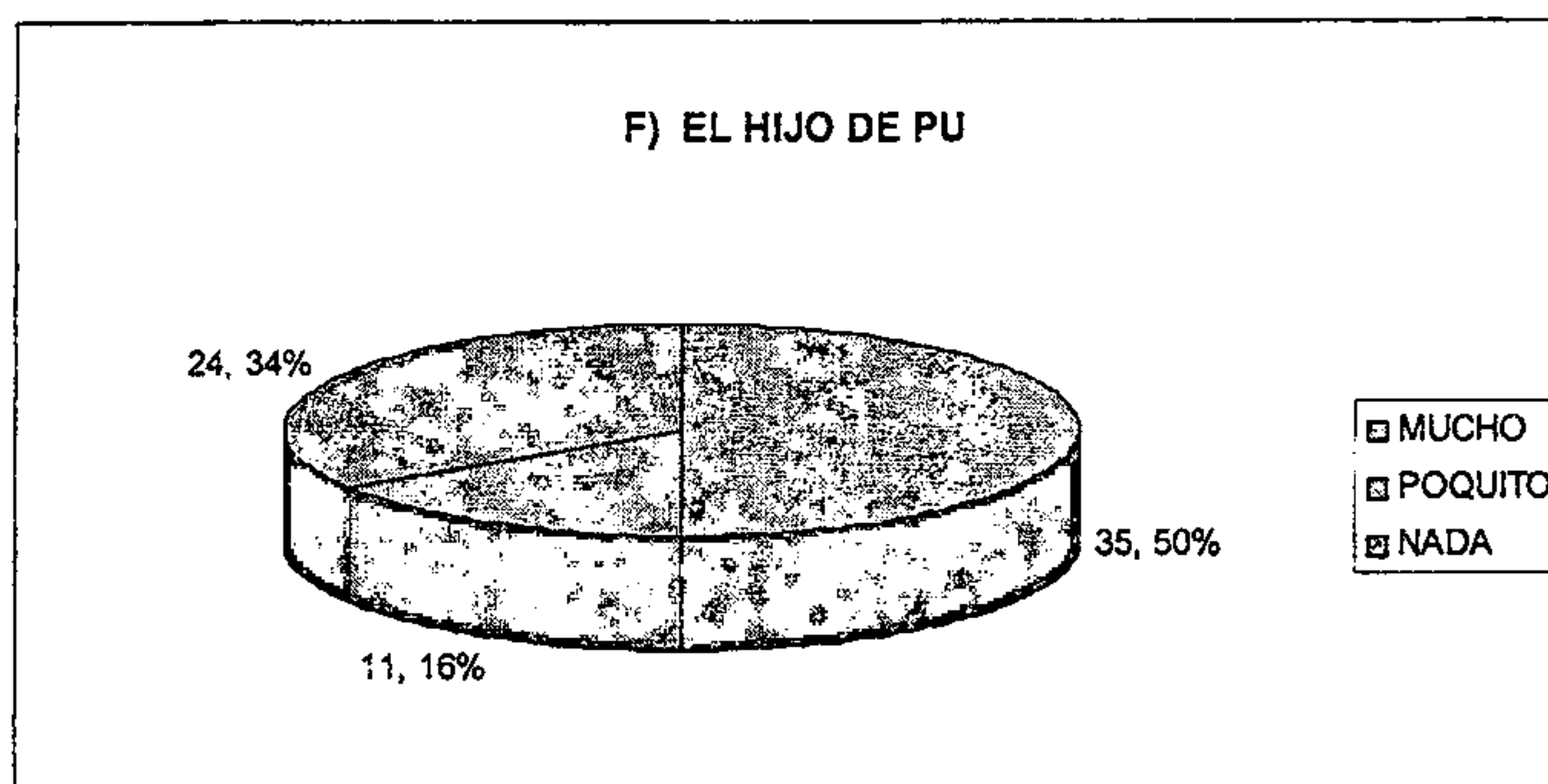
7.5.3 D. EL RETRO .



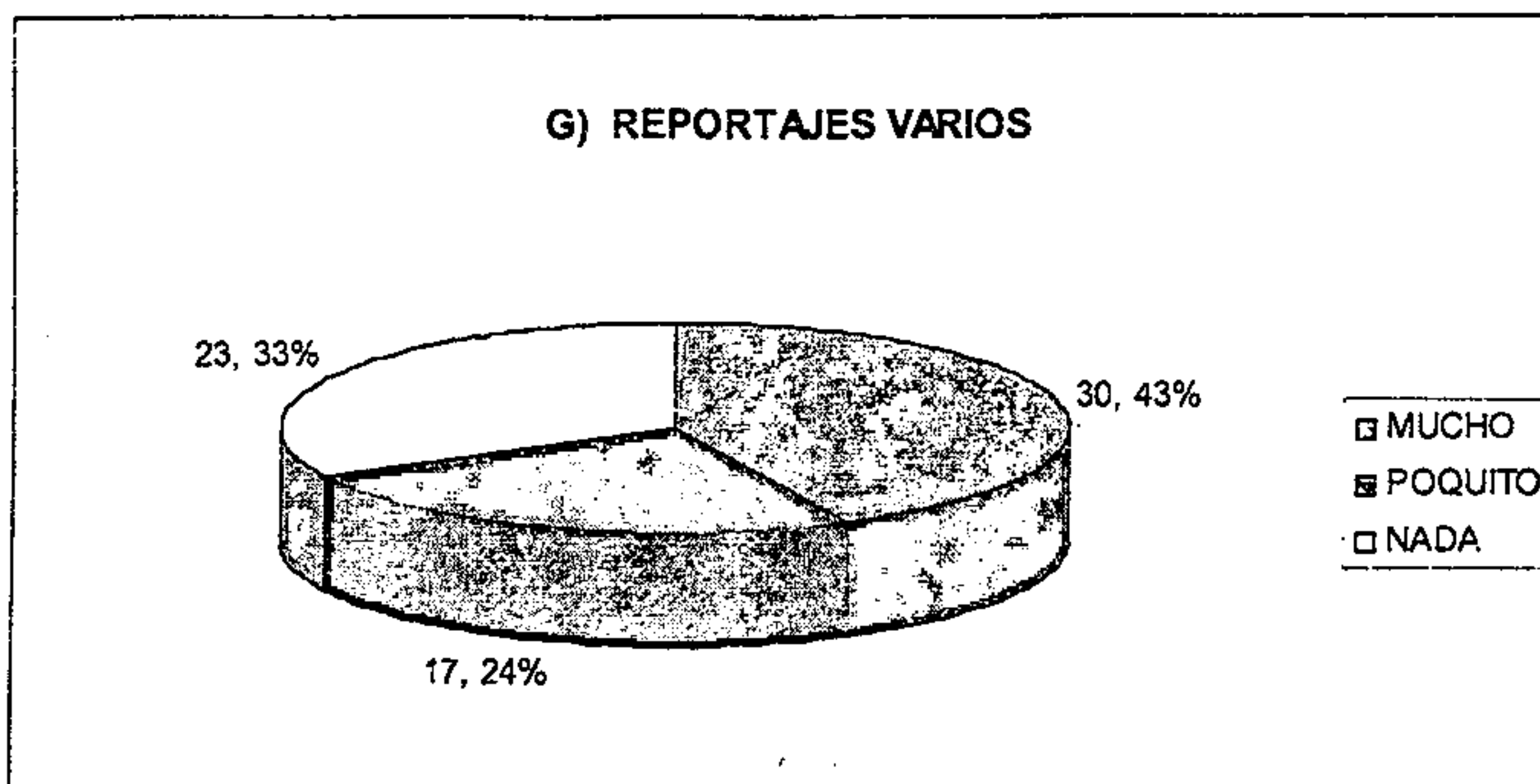
7.5.4 E. FARÁNDULA



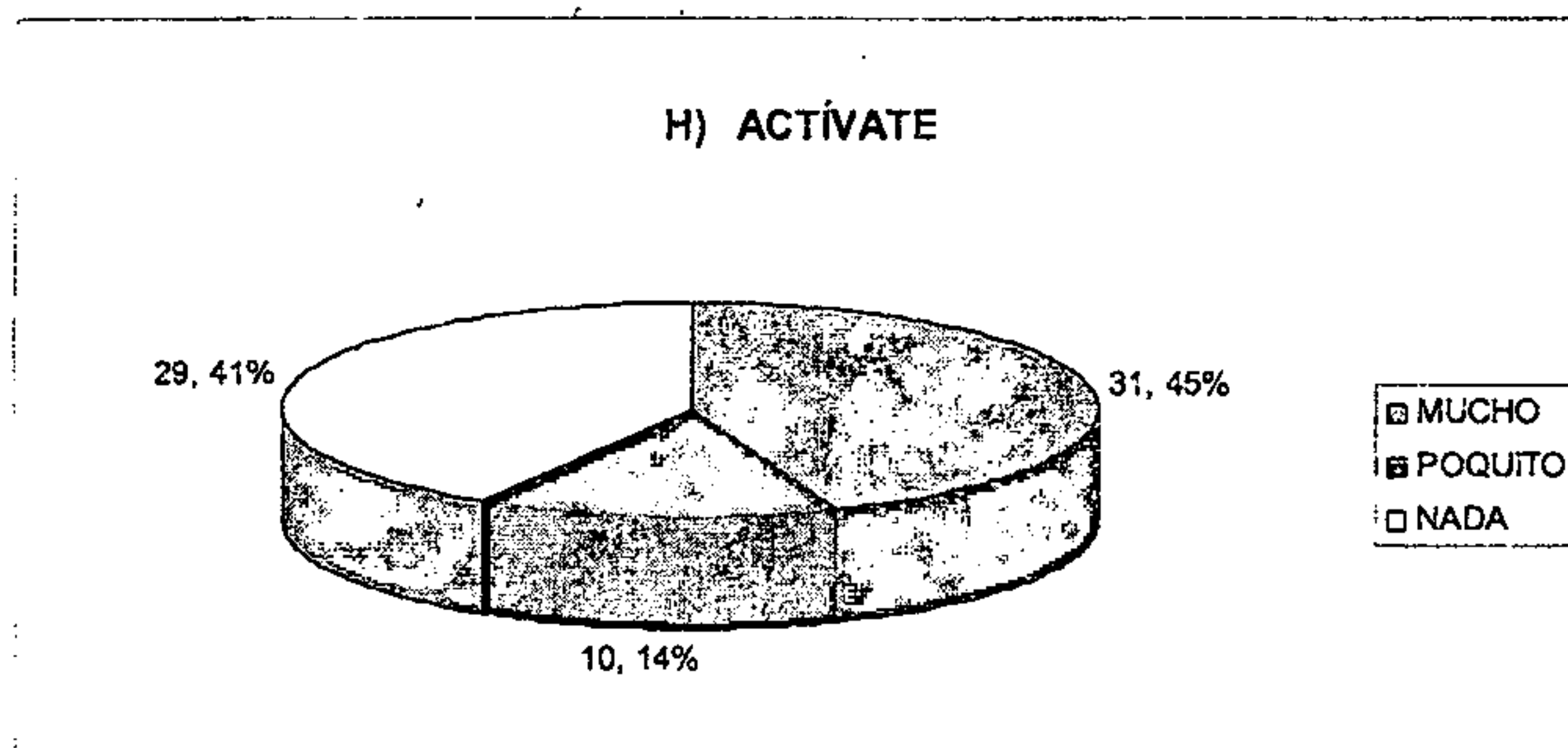
7.5.5 F. EL HIJO DE PU



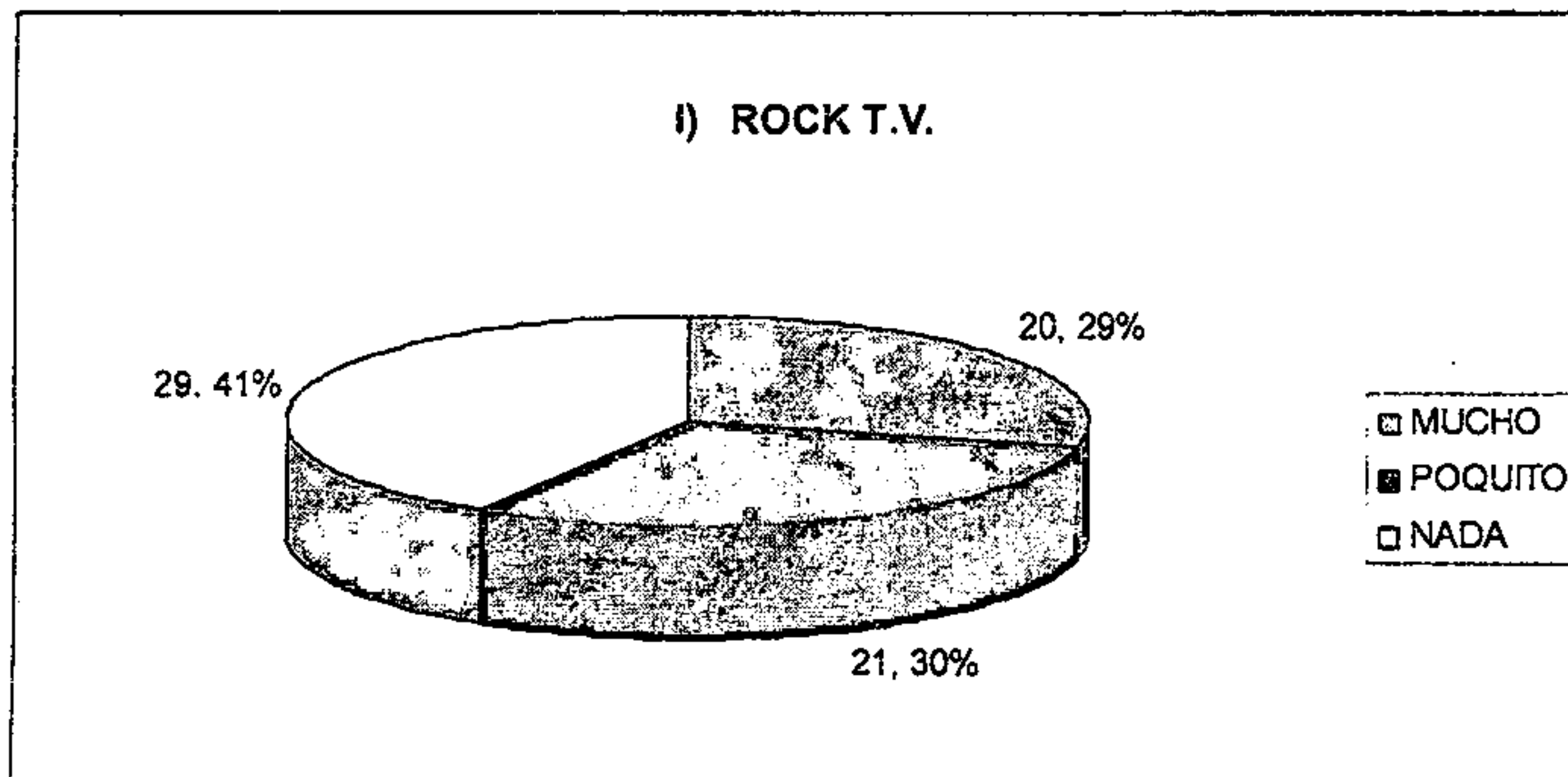
7.5.6 G.- REPORTAJES VARIOS



7.5.7 H.- ACTÍVATE



7.5.8 I.- ROCK TV.



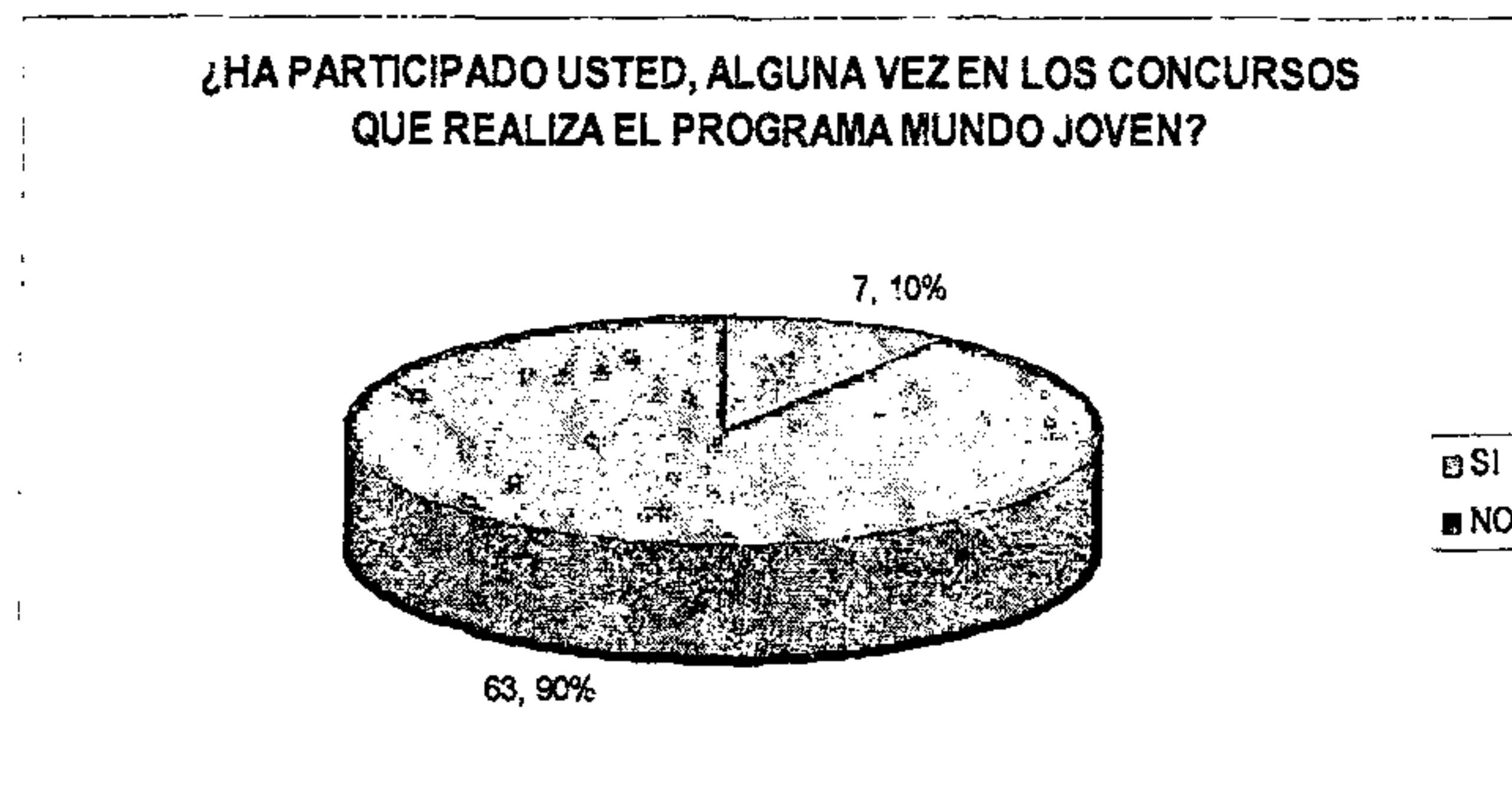
Se formulo la pregunta Como considera usted el contenido del Programa Mundo Joven, en cuanto a el gusto o preferencia de cada uno de los segmentos que se presentan, las gráficas anteriores al hacer un análisis global de las mismas se concluye que los espacios de la programación gustan mucho a su teleaudiencia, acepción del segmento ROCK TV que tiene menor aceptación.

7.6 GRÁFICA No.6



A la pregunta ¿Qué es lo que más le desagrada del Programa Mundo Joven?, como lo demuestra la gráfica, los jóvenes en su mayoría aceptan los cambios eventuales que en este programa se realizan; no obstante una parte de los encuestados que en este caso es el 20%, consideran que se deben introducir algunos, otros manifestaron que el cambio podría ser en los conductores del programa, la escenografía o algunos segmentos pero ninguno manifestó desagrado al contenido del programa ni de sus conductores.

7.7 GRÁFICA No 7

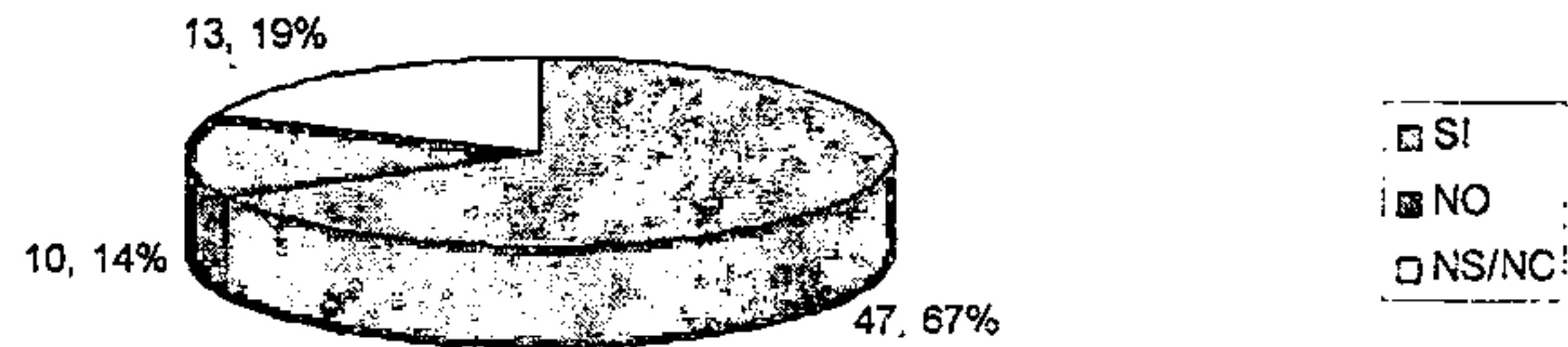


En este caso la gráfica demuestra que la teleaudiencia ha tenido poca participación activa en el programa, lo cual es consecuencia de la dificultad que presenta la

comunicación vía telefónica por el recargo de las líneas.

7.8. GRÁFICA No. 8

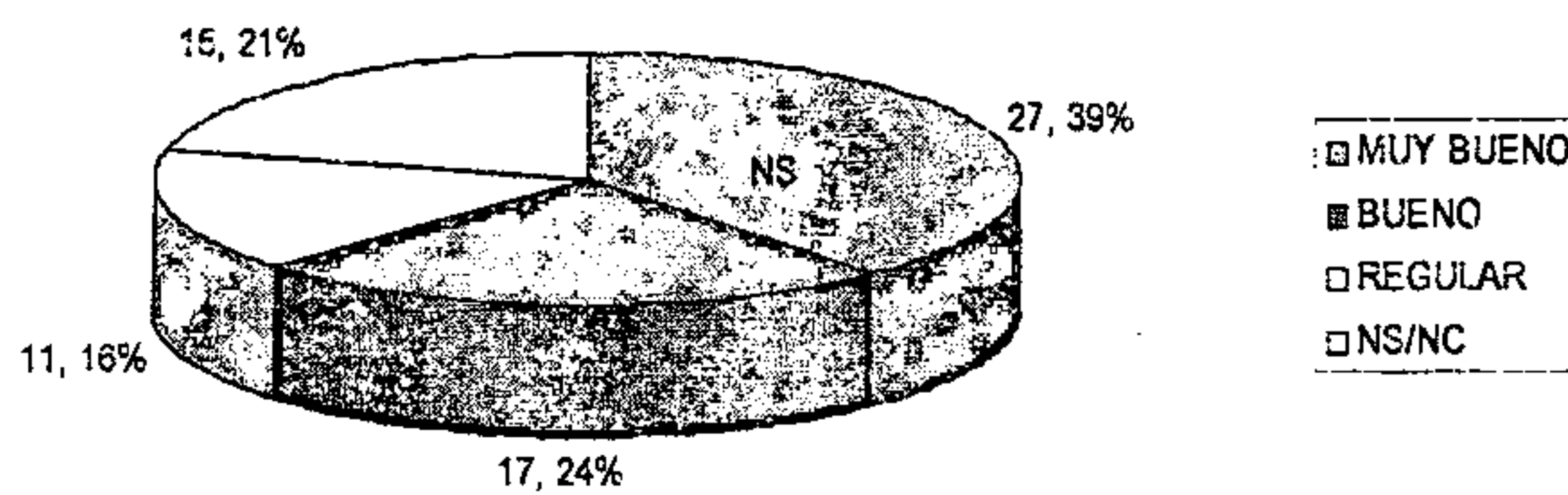
¿CONSIDERA USTED QUE SON BUENOS LOS CONCURSOS Y LOS PREMIOS QUE DAN EN EL PROGRAMA MUNDO JOVEN?



Esta gráfica representa la calidad de los concursos y premios que se entregan durante el Programa Mundo Joven y en la cual se puede observar que estos sí son buenos, lo cual confirma que sino hay mayor participación es por el problema de comunicación enunciado en la gráfica anterior.

7.9 GRÁFICA No. 9

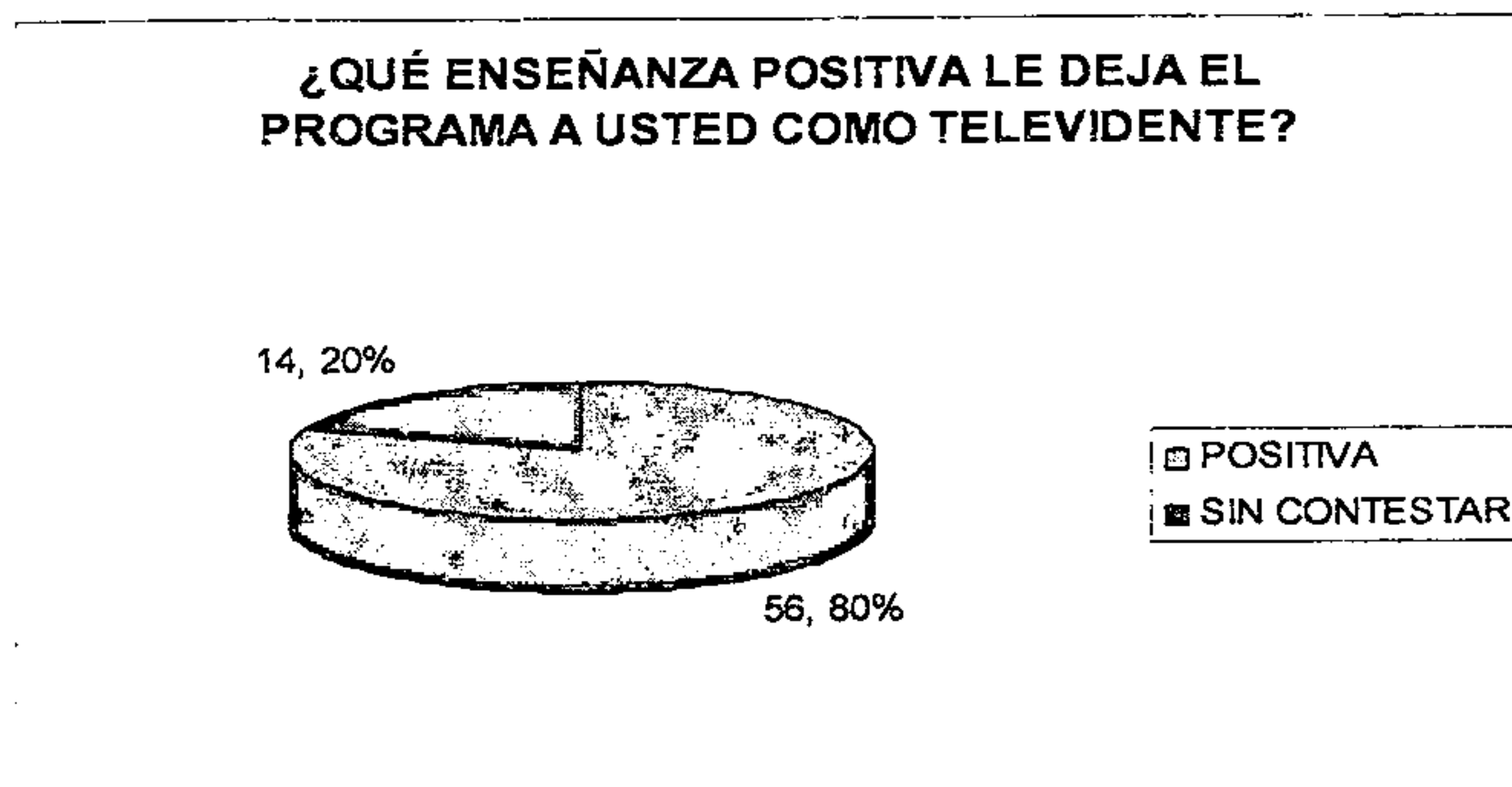
¿COMÓ LE PARECE A USTED LA IMAGEN QUE PROYECTA EN SÍ EL PROGRAMA MUNDO JOVEN?



Esta pregunta pretende que el encuestado manifieste cuál es el grado de aceptación en general del programa, que representa para la juventud y su mensaje.

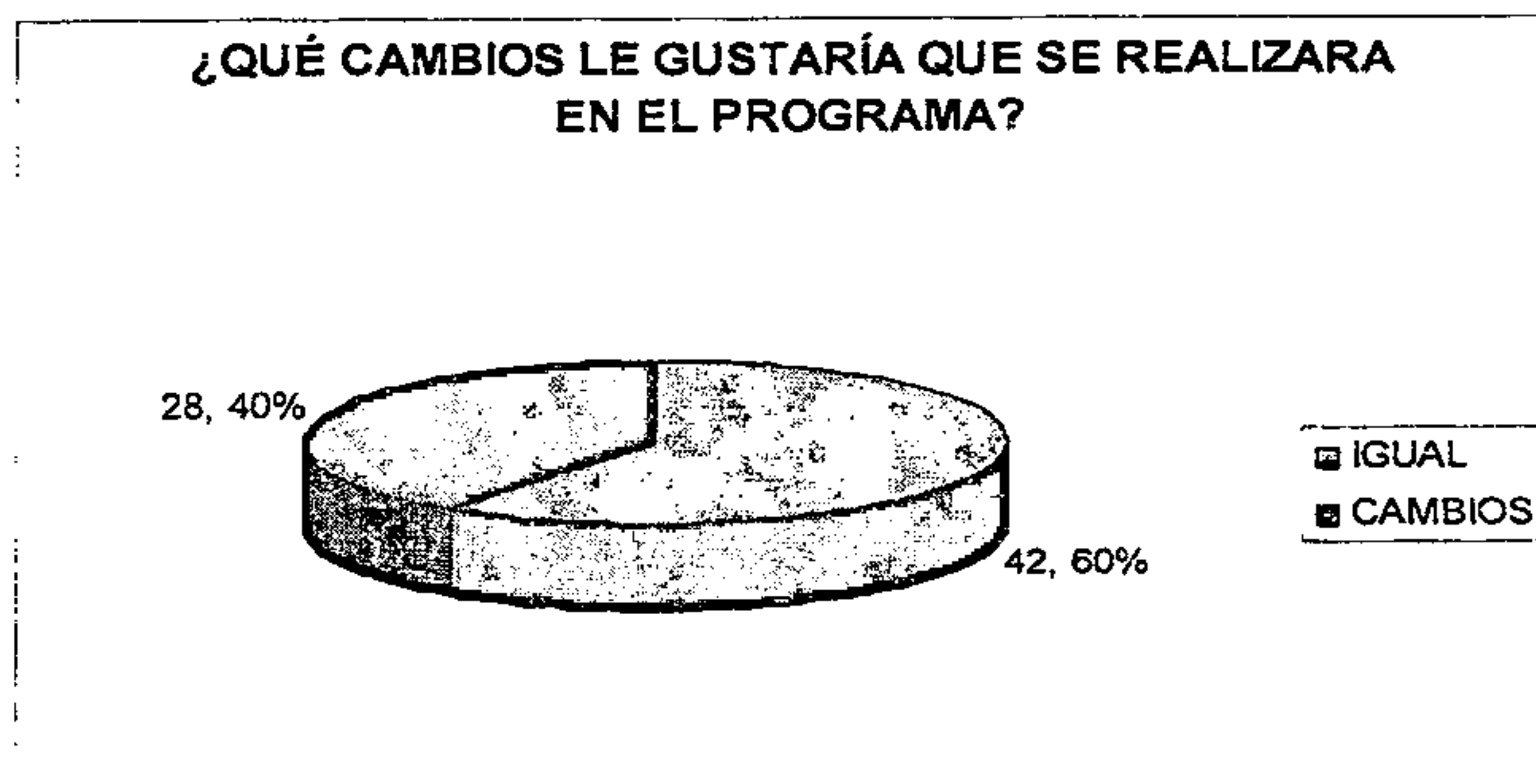
La respuesta entre bueno y muy bueno es aceptable y refleja la calidad del programa.

7.10 GRÁFICA No. 10



En el aspecto positivo la población encuestada coincide en que Mundo Joven goza de aceptación por la variedad de sus segmentos, la importancia y el contenido de sus mensajes.

7.11 GRÁFICA No. 11



El 28% de la población encuestada manifestó que si les gustaría realizar algunos cambios en el programa, por ejemplo, varios mencionaron el cambio de escenografía, el cambio de conductores, cambio de concursos, la calidad de los artistas que se presentan, extender el tiempo del programa, etc. Sin embargo, los puntos de vista negativos, hay que considerarlos desde la perspectiva positiva porque permiten conocer circunstancias que se deben mejorar, a efecto de que la teleaudiencia sea satisfecha en sus gustos y exigencia.

CONCLUSIONES

- 1.- La televisión constituye un medio de comunicación visual que transmite información educativa, de entretenimiento, cultural, política y económica.
- 2.- La importancia de la Semiología radica en la ayuda que aporta en la estructuración de mensajes en el lugar, espacio, tiempo y momentos precisos.
- 3.- La producción es el conjunto de instrumentos, materiales y los procedimientos técnicos operativos e intelectuales necesarios en la elaboración del mensaje audiovisual películas, programas en vivo, eventos.
- 4.- Los programas de televisión deben producirse con calidad técnica, científica, ética y moral para que alcance la aceptación del público televidente al que va dirigido.
- 5.- El Programa Mundo Joven, no utiliza un Guión para la ejecución del programa sino una escaleta.
- 6.- El Programa Mundo Joven aborda temas de interés para la juventud guatemalteca tratando temas relacionados como la importancia de la Ecología en nuestro país, la importancia del deporte en la juventud, guatemalteca, como poder divertirse sanamente sin necesidad de vicios etc.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que la Producción del Programa Mundo Joven motive más a su teleaudiencia, innovando nuevos concursos en donde haya más participación, ya sean éstos vía telefónica como en la calle o bien que los jóvenes lleguen a su programa a participar en los mismos.

Algunos de nuestros encuestados manifestaron que era muy corto el tiempo que transmiten el programa, por tanto sería bueno que se estudiara el ampliar un poco más el tiempo del Programa Mundo Joven.

Se recomienda a la Escuela de Ciencias de la Comunicación a buscar los medios idóneos que permitan al estudiante de ésta, los beneficios de una adecuada programación televisiva que no sólo sirva de entretenimiento sino que también aporten al desarrollo educativo cultural.

Aprovechar los recursos que posee el Canal Universitario, para que los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación lo utilicen y así poder crear nuevos programas tanto de entretenimiento como culturales para poder aportar cosas positivas para la juventud guatemalteca.

BIBLIOGRAFÍA

Barthes, Roland

La Semiología

Buenos Aires: editorial Tiempo Contemporáneo, 1970

Barroso García, Jaime

Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales

Madrid: editorial EGRAF S.A. 1994

Bravo Limusa, Raymond

Producción y Dirección de Televisión

Grupo Noriega Editores México, 1993

Calderón Carmen, Díaz Silvia

La Programación de la Televisión Guatemalteca y su Relación con el Proceso de Formación de la Personalidad

Guatemala: editorial USAC, 1982

Claudín, Víctor y Bitarte, Ana

Diccionario de Radio y Televisión

España, 1986

Diccionario Enciclopédico Ilustrado.

Ediciones Océano, S.A. Paseo de Gracia,

26, Ed., Barcelona, España, 1990

Dimaggio, Madeline

Escribir para Televisión. Como Elaborar Guiones y Promocionales en las Cadenas Públicas y Privadas.

Barcelona y Buenos Aires: Paidós Ibérica S.A. Y SAICF 1ra edición. 1992

Eco, Umberto

El Signo

Barcelona: editorial Labor ,1976

Ferres, J

Televisión y Educación

Málaga: Paidos Ibérica

Fuenzalina, Valerio

La reina de la Evolución de la Comunicación de Masas

España. TECO 2000

La Televisión Pública en América Latina

Fondo Cultura Económica, 1989

González Treviño
Televisión y Comunicación un Enfoque Teórico y Práctico
Editorial Person,
México, 1994

Gutiérrez González, Mónica y Villarreal Barroso, Myrthala
Manual de producción para televisión
México: editorial Trillas, 1997

Jonson, M. William,
Curso Dirección de Televisión
Interworld Televison, Ing, 1998

Mendoza, Eduardo
El Mundo de la Televisión
Guatemala, Litografías Modernas, 1987

Millerson, Gerald
Técnicas de Realización y Producción en Televisión
España: Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1989

DIRECCIONES DE INTERNET CONSULTADAS

www.telepolis.com

www.peoplemeter.cl/web/graficamente.asp

ENTREVISTAS

Licda. Anahy Keller,
Productora Nuestro Mundo Por la Mañana
Canales 3 y 7
Guatemala, 2006

Eliseo Santizo
Productor Programa Mundo Joven, Canal 7
Guatemala, 2006

Lestón Culajay
Productor Programa Mundo Joven, Canal7
Guatemala 2006

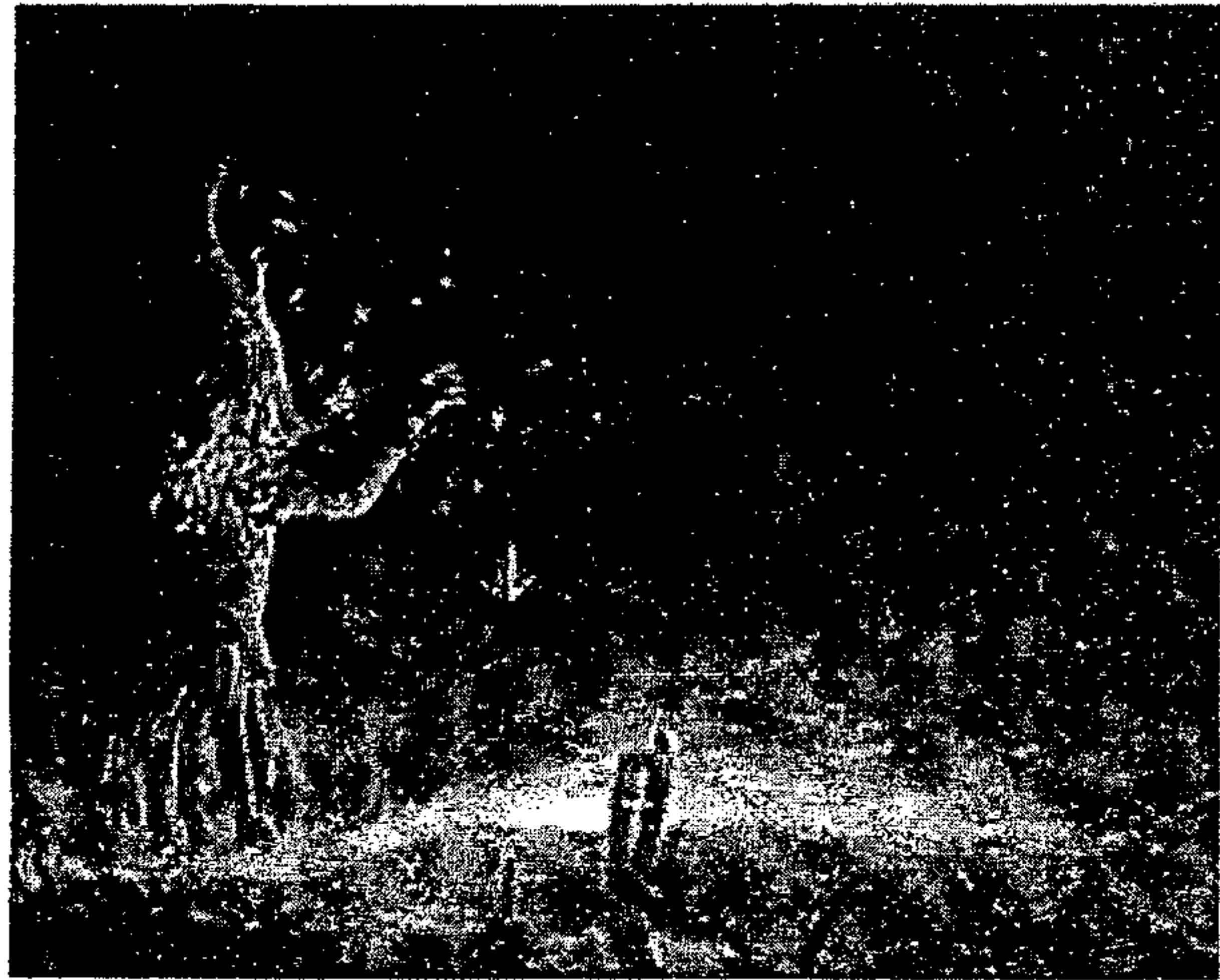
Roberto García, Canal 3 y 7
Director Mundo Joven (Producción del Programa Mudo Joven)
Guatemala, 2006

Francisco Ardón
Ejecutivo de Ventas Canales 3 y 7
Guatemala, 2006

Melvin Flores
Departamento Estadística, Canales 3 y 7
Guatemala, 2006

Licda. Ana Carolina de León
Departamento Estadística, Canales 3 y 7
Guatemala, 2006

UNIVERSIDAD DE LA AMÉRICA LATINA DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



GLOSARIO

A

ACCIÓN:

Señal verbal del director para comenzar la representación. A menudo los extras reciben señal desde antes para crear una atmósfera, de ahí la señal "acción de fondo".

AIRE (salir al):

Ser emitido un programa

AMPLIFICADOR:

Aparato electrónico para incrementar el volumen.

ANUNCIADOR:

Tipo de presentador que entrega información, noticias, comerciales, deportes, y estado del tiempo. En términos más precisos, es el presentador de comerciales, promociones y anticipos de la programación.

ANUNCIANTE:

Es la empresa o persona que contrata los servicios de una agencia de publicidad para que realice una campaña publicitaria sobre un producto o servicio.

ANTENA OMNIDIRECCIONAL:

Aquella en la que el plano horizontal presenta la misma eficiencia en todas las direcciones.

APERTURA:

Inicio de un programa. También el tipo de relación del cuerpo del presentador con la cámara que permite una máxima expresividad: una posición abierta.

Estado de operación de un aparato: un micrófono abierto.

ARGUMENTO:

Es la narración escrita de principio a fin, a manera de cuento. Es el paso previo al guión literario.

ARTISTA:

Quien realiza una representación; término común usado en contratos gremiales.

AUDIENCIA:

Son todas aquellas personas que hacen uso de los medios de comunicación por los cuales reciben un mensaje y que permite conocer el número de seguidores de un programa.

AUDIO:

Parte sonora de una película o programa.

AUDICIÓN:

Proceso de selección y prueba mediante el cual los productores y directores determinan cuáles presentadores contratar. También se la conoce por su nombre en inglés: casting.

AJUSTE DE FOCO:

Es cuando damos acción y efecto de enfocar las imágenes desenfocadas.

B

BARRA:

Base en barra que se utiliza para cubrir áreas difíciles como la barba.

BIDIRECCIONAL:

Micrófono con un patrón de captación parecido a un ocho que permite a dos presentadores hablar en posiciones opuestas.

BETACAM:

Formato de video de mayor calidad profesional. Cuenta con 1,500 líneas de resolución. Existe de tipo analógico, llamado SP, y el betacam digital.

C

CASTING:

Selección de actores, conductores, modelos, etc. Para la representación de un papel en una obra, programa o evento, la escenificación en televisión o cine.

CASSETTE:

Cinta de audio o video, de carrete, ubicada en el interior de una caja de plástico y capaz de contener un programa entero.

CCU:

Cámara control unit, unidad de control de cámara, equipo para el control eléctrico de las cámaras.

CANAL:

Paso eléctrico para señales de audio y video. Es la banda de frecuencia ocupada por una emisión de imagen general.

COBERTURA:

Acción y efecto de cubrir una extensión territorial mediante una red de transmisiones y repetidoras. Todas las viviendas en un área capaces de recibir señal de una estación.

COLOMETRIA:

Es la ciencia que trata la medida de los colores. En particular, para televisión, especifica la proporción de 3 colores primarios necesaria para reproducir un color determinado.

CONCURSO:

Promoción en la cual los consumidores compiten para ganar premios y los ganadores se seleccionan estrictamente con base a las habilidades.

CONDUCTOR:

Es la persona que transmite los mensajes de determinado programa, es decir, la cara de un programa. Este transmite todo el contenido de lo que se transmitirá, ya sea en un noticiero o bien en un programa de entretenimiento.

CHROMA KEY:

Técnica de producción que inserta a un presentador en una imagen de televisión. En estas ocasiones, el presentador no debe vestir de azul.

CICLORAMA:

Enorme cortina o pared de yeso que proporciona el fondo de un escenario en un estudio.

CIERRE:

Conclusión de un programa.

COMUNICACIÓN:

Habilidad de una persona para evocar una respuesta y/o crear una impresión en otra persona.

CONDUCTOR (A):

Presentador que tiene la mayor responsabilidad de un programa.

CORTE:

Señal de parar la acción.

CRÉDITOS:

Lista de las experiencias laborales que incluye todas las apariciones en vivo y en televisión o cine. También una lista de nombres y títulos al comienzo o final de un programa.

D

DIFUSIÓN DE LUZ:

Fenómeno por el que los rayos luminosos que inciden en un cuerpo opaco, aunque sea pequeño, son esparcidos por todas direcciones. A este fenómeno se debe la iluminación de uno de los ambientes donde no caen directo de los rayos del sol (naturales).

DIRECTOR:

La principal persona responsable del desarrollo artístico de una producción.

DOLLY:

Consiste en movilizar la cámara conjuntamente con el objetivo visual, se lleva a cabo a través de un trípode con ruedas, o un vehículo en movimiento lento. Es un movimiento semejante al travelín.

E

EDICIÓN:

Acción de seleccionar, borrar o modificar parte de una grabación magnética para elaborar un programa o una noticia mediante el enlace electrónico sin necesidad de cortar ni empalmar físicamente la cinta magnética.

EDITAR:

Es cuando ya tenemos todas nuestras imágenes visualizadas y ya sabemos qué es lo que queremos que nuestros receptores perciban, o bien editar en orden todas las notas que se transmitirán en un determinado programa.

ENCUADRE:

Ángulo de visión o campo seleccionado por el plano en sentido estático o dinámico.

ENLATADO:

Presentación pregrabada, o sea en una cinta o lata de película.

ESCENA:

Ambiente donde se lleva a cabo acción para la cámara.

ESCENARIO:

Es el espacio físico donde se desarrolla la acción, es decir, el estudio donde se levantan los decorados y se realiza el rodaje o grabación de los programas. El escenario puede estar compuesto por varios ambientes, esto lo determina la necesidad del programa.

ESCENOGRAFÍA: Son todos los elementos de decoración que conforman un estudio de grabación.

F

FRECUENCIA:

Es el número de vibraciones de una onda producida por segundo.

G

GRÚA:

Soporte con cuatro ruedas provistas de un pie central vertical del cual sale un brazo metálico o pluma con una plena autonomía de movimiento, en cuyo extremo más largo va instalada una plataforma sobre la que se coloca la cámara, y en el extremo se colocan unas pesas para equilibrar el peso.

GUIÓN:

El guión es la guía que se utiliza para detallar todas las instrucciones que se requerirán en un programa.

H

Hz:

El número de ciclos completos por unidad de tiempo. En el Sistema Internacional de Unidades 1 ciclo/1 seg. Equivale a 1 Hz.

I

IDEA:

Simiente de la historia, la idea primera.

INDICACIONES:

Anotaciones sobre la escena, el estado de ánimo de los personajes.

INSERT:

Imagen rápida que anticipa un hecho.

J

JINGLE:

Voz inglesa que se utiliza para referirse a la canción que acompaña a un anuncio, con el fin de facilitar el recuerdo del mensaje publicitario

L

LOCACIÓN:

Situación de una historia en el espacio. Es el lugar donde se transmitirá un programa o bien se realice un reportaje, ubicación de los hechos.

LOGOS:

Palabra, discurso, estructura verbal de un guión.

M

MARCA:

El nombre de un anunciante.

MÁSTER:

Grabación original de un programa, disco o película.

MEDIO:

Por donde se transmite un mensaje.

MENSAJE:

Comunicación entre el presentador y otras personas, animales, naturaleza y ciertos objetos.

MERCADO:

Un grupo de personas que pueden ser identificadas por alguna característica, interés o problema común.

MHZ:

Una frecuencia con una unidad 0, 01 MHz. ó Lo que se puede designar en la banda FM es para 0, 1 MHz

O

OPERADOR:

Técnico que maneja cualquiera de los aparatos que se utilizan en una televisora para la producción y emisión de programas.

OFF CÁMARA:

Un término de TV para un actor cuya voz se oye pero que no aparece en un comercial.

P

PANTALLA:

En TV, la superficie sobre la cual aparece la película.

PARTICIPACIÓN:

Relación de dar y recibir entre presentadores, como en una entrevista o documental. También una parte de la audiencia visible.

PRODUCTOR:

Ejecutivo que arregla los aspectos comerciales de una producción, incluida la contratación de un director y presentadores principales.

PROMO:

Anuncio o referencia promocional.

PROPUESTA:

El punto de vista con el cual se inicia una pieza de texto, objetivo emocional.

PATROCINADOR:

La compañía o individuo que paga por talento o tiempo de transmisión para un programa de TV, el anunciante en el aire.

PÍXELES:

El píxel (del inglés Picture element, o sea, "elemento de la imagen") , es la menor unidad en la que se descompone una imagen digital, ya sea una fotografía, un fotograma de vídeo o un gráfico.

PLANO:

Relación de tamaño de las imágenes captadas por las cámaras, con la superficie total del cuadro.

R**RATING:**

Índice del número relativo de personas que sintonizan un programa de radio o televisión.

RECEPTOR:

Quien recibe un mensaje.

REGISTRO DE AUDICIÓN:

Una transcripción de un programa transmitido que un patrocinador potencial usa para evaluarlo, generalmente antes de la transmisión.

RETROLIMENTACIÓN:

Respuesta hacia un presentador por parte del público, la crítica y quienes están asociados a la producción.

S**SCRIPT:**

Libreto, una descripción del video junto con el audio, es decir, que nos sirve como guía para la realización de un programa.

SEÑAL.

La comunicación recibida electrónicamente de la estación transmisora de radio o TV. Se habla de una señal fuerte o señal débil.

SPOT:

Uso en los medios; adquisición de tiempo de una estación independiente. En comparación con la compra en una cadena.

T

TALENTO:

Término colectivo para los presentadores. El talento implica que el presentador tiene una habilidad excepcional.

TARIFA FIJA:

Un cargo uniforme por espacio en un medio, sin importar la cantidad de espacio usado o la frecuencia de inserción.

TARIFA PRIMICPAL:

La radio y TV para los horarios en los cuales alcanzan las audiencias más grandes.

TELEPROMPTER:

Sistema eléctrico para enviar señales a los presentadores.

TELEVISIÓN:

Es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes y sonidos a distancia. Se transmite una sucesión de fotografías instantáneas a razón de 25 por segundo lo cual da la sensación de movimiento.

TOMA:

Unidad visual de un programa o filme, durante la cual una acción ocurre sin interrupción de la continuidad física por corte o por edición.

TRANSMISIÓN DIFERIDA:

Un programa de radio o TV repetido en un horario distinto para llegar a grupos distintos de personas.

U

UHF:

Alta frecuencia, utilizada internacionalmente para designar el canal de transmisión que emite por el sistema de satélite.

V

VESTUARIO:

Ropa usada en cámara.

VENTAS PERSONALES:

Una grabación de una transmisión real que sirve como una copia de archivo de una transmisión y que un patrocinador puede usar para evaluar el talento, del programa o producción.

VIDEO (TV):

La porción visual de una transmisión.

VIDEOTAPE:

Un método electrónico para grabar imágenes y sonido en cinta. Muchos programas de TV que aparecen en vivo se hacen en videotape.

VIVO (en):

Presentación en la cual el presentador trabaja frente una audiencia. También la transmisión directa de una presentación en el momento que se origina.

VOZ EN OFF:

La voz en un locutor que no se ve en el comercial o programa de TV.

Z

ZOOM (TV):

Una acción o efecto óptico con lentes de cámara que permite un movimiento rápido de acercamiento o alejamiento del sujeto que se fotografía en un comercial.



ANEXOS



PROYECCION CANAL 3
TOTAL REPUBLICA

Departamento	Posecion de TV	Punto Rating	Mañana		Tarde		Noche		Total	
			Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas		
1 GUATEMALA	2,900,069	29,010	1.1	31,811	1.8	52,218	7.3	211,772	10.2	285,911
2 HUEHUETENANGO	593,909	5,939	3.5	20,787	4.5	26,726	19.5	115,812	27.5	153,325
3 SAN MARCOS	550,283	5,503	2.8	15,408	6.1	33,587	20.6	113,358	29.5	102,333
4 ALTA VERAPAZ	525,382	5,254	1.7	8,931	2.7	14,185	8.0	42,031	12.4	65,147
5 QUICHE	451,483	4,515	4.4	20,305	4.1	19,921	14.8	68,298	23.3	107,526
6 QUETZALTENANGO	530,075	5,301	1.1	5,831	2.4	12,722	13.3	70,503	16.8	89,053
7 ESCUINTLA	507,233	5,072	3.4	17,246	3.7	18,768	8.3	42,100	15.4	76,114
8 SUCHITEPEQUEZ	358,032	3,580	5.5	19,692	4.6	16,469	10.8	38,667	20.0	74,829
9 TUTIAPA	334,191	3,342	1.3	4,344	3.1	10,360	9.3	31,090	13.7	45,794
10 CHIMALTENANGO	309,073	3,090	1.8	5,586	5.9	21,596	17.8	65,190	25.5	93,333
11 IZABAL	221,580	2,216	3.2	7,091	4.5	9,971	9.2	20,385	16.9	37,447
12 TOTONICAPAN	255,931	2,559	2.9	7,451	3.2	8,222	20.4	52,414	26.5	68,087
13 SANTA ROSA	265,737	2,657	2.8	7,441	6.1	16,210	20.6	54,742	20.5	78,392
14 CHOQUIMULA	269,595	2,695	4.0	8,460	4.6	9,660	9.2	19,320	17.6	37,379
15 PETEN	284,368	2,844								
16 SOLOLA	252,501	2,525	2.0	5,050	4.1	11,110	30.7	77,510	37.1	93,678
17 RETALHULEU	208,660	2,086	3.0	6,258	2.6	5,456	6.5	13,941	12.1	25,393
18 JALAPA	214,218	2,142	1.0	2,142	2.0	4,284	5.4	11,568	8.4	17,984
19 BAJA VERAPAZ	150,755	1,508	4.3	6,482	6.3	9,488	13.0	19,598	23.6	35,578
20 SACATEPEQUEZ	245,450	2,455	1.3	3,491	2.3	5,045	10.5	40,499	20.1	49,335
21 ZACAPA	152,217	1,522	3.0	4,567	4.1	6,241	15.1	22,985	22.2	33,782
22 PROGRESO	133,853	1,338	4.1	5,078	5.1	6,317	8.7	10,775	17.9	22,170
Total	9,695,054			214,231		318,144		1,142,215		1,874,591

AREA NO INVESTIGADA

*Fuentes: de rating Multivox

- Metropolitana Oct-04
- Occidente Oct-04
- Sur Sep-04
- Sur-Oriente Sep-04
- Nor-Oriente Sep-04

**El departamento del Peten es un AREA NO INVESTIGADA por Multivox. Los canales nacionales tambien llegar al departamento, por medio de repetidoras y señal via satelite para cada canal a los siguientes municipios: Dolores, Flores, La Libertad, Las Cruces, Nueva Libertad, Poptun, San Andres, San Benito, San Francisco, San Luis, Santa Ana, Santa Elena y Sayaxche



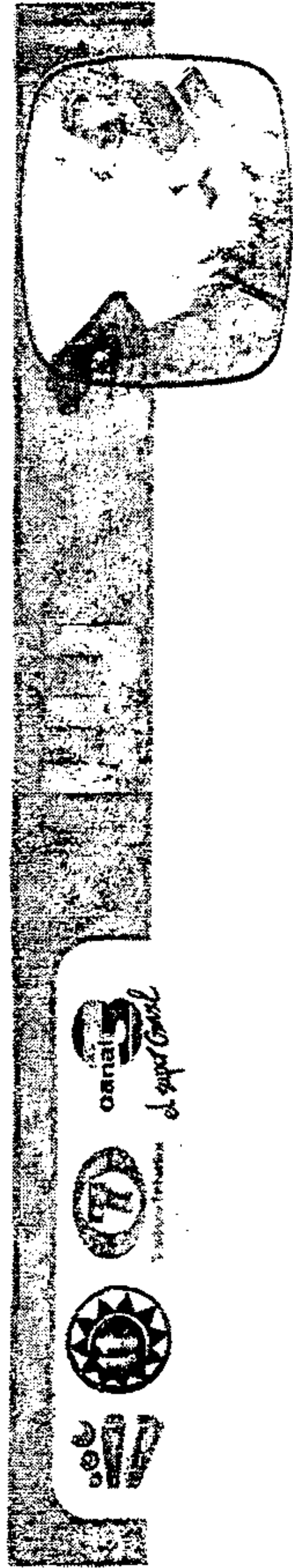
PROYECCION CANAL 7
TOTAL REPUBLICA

Departamento	Pocision de TV	Punto Rating	Madruga		Tarde		Noche		Total	
			Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas		
1 GUATEMALA	2,963,989	29.010	1.1	49,317	4.4	127,644	12.4	339,723	18.5	536,683
2 HUEHUETENANGO	593,938	5.939	4.6	28,508	6.0	35,639	16.9	100,371	27.7	164,513
3 SAN MARCOS	559,283	5.593	1.6	9,915	3.6	19,810	13.3	74,188	18.7	102,003
4 ALTA VERAPAZ	525,382	5.254	0.9	4,728	2.8	14,711	10.0	52,538	13.7	71,977
5 QUICHE	481,483	4.815	1.6	6,765	5.5	25,382	12.1	55,839	19.5	80,989
6 QUETZALENANGO	530,075	5.301	1.3	5,831	2.0	10,602	10.9	57,778	14.0	74,211
7 ESCUINTLA	607,233	6.072	1.9	9,637	5.5	27,898	11.7	59,346	19.1	96,882
8 SUCHITEPEQUEZ	338,032	3.380	1.7	6,067	1.8	6,445	8.2	26,359	11.7	41,890
9 UTIAPA	334,191	3.342	2.1	7,018	2.8	9,367	9.4	31,414	14.3	47,789
10 CHIMALTENANGO	365,013	3.650	1.6	5,856	5.9	21,595	17.6	65,150	25.3	92,601
11 ZABAL	221,583	2.216	3.4	7,534	5.9	13,073	13.1	29,027	22.4	49,634
12 TOLONCAPAN	266,531	2.659	1.4	3,597	3.8	9,250	15.3	39,310	20.3	62,157
13 SANTA ROSA	265,737	2.657	1.8	4,783	3.6	9,567	13.3	35,343	18.7	49,693
14 CHOQUINOLA	209,695	2.100	2.4	5,940	5.0	10,500	13.1	27,539	20.5	43,049
15 PETEN	264,366	2.644								
16 SOCLA	252,501	2.525	3.8	2,020	2.3	6,373	19.9	50,248	23.2	59,592
17 REINAHUEN	209,860	2.099	2.1	4,407	2.6	5,876	7.2	15,110	12.1	25,369
18 JALAPA	214,219	2.142	1.7	3,642	3.3	7,069	7.6	16,281	12.6	25,992
19 BAJA VERAPAZ	169,755	1.698	4.3	6,482	8.5	12,814	18.0	27,138	30.6	46,433
20 SACATEPEQUEZ	245,450	2.455	1.2	2,945	5.5	13,500	17.5	42,954	24.2	69,396
21 ZACAPA	192,217	1.922	2.4	3,553	5.0	7,611	14.4	21,819	21.8	35,183
22 PROGRESO	123,853	1.239	2.1	2,501	5.6	6,935	6.8	8,546	14.6	18,063
Total	9,635,054			182,360		431,564		1,150,089		1,742,032

AREA NO INVESTIGADA

* Fuentes: de rating Multivex
Metropolitana Oct-04
Occidente Oct-04
Sur Sep-04
Sur-Oriente Sep-04
Nor-Oriente Sep-04

**El departamento del Peten es un AREA NO INVESTIGADA por Multivex. Los canales nacionales tambien llegan al departamento, por medio de repetidoras y señal via satelite para canal a los siguientes municipios: Dolores, Flores, La Libertad, Las Cruces, Nueva Libertad, Poptun, San Andres, San Benito, San Francisco, San Luis, Santa Ana, Santo Elena y Sayaxché



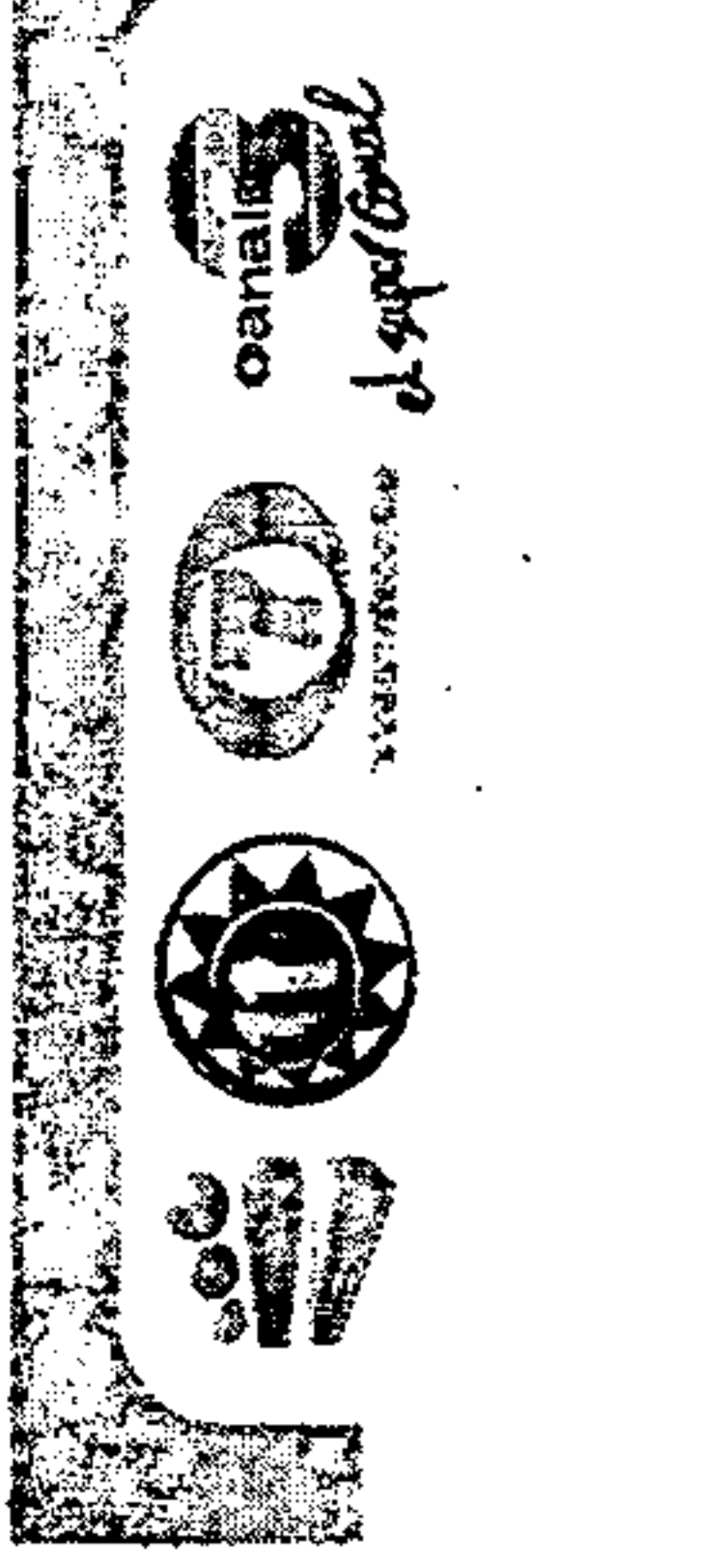
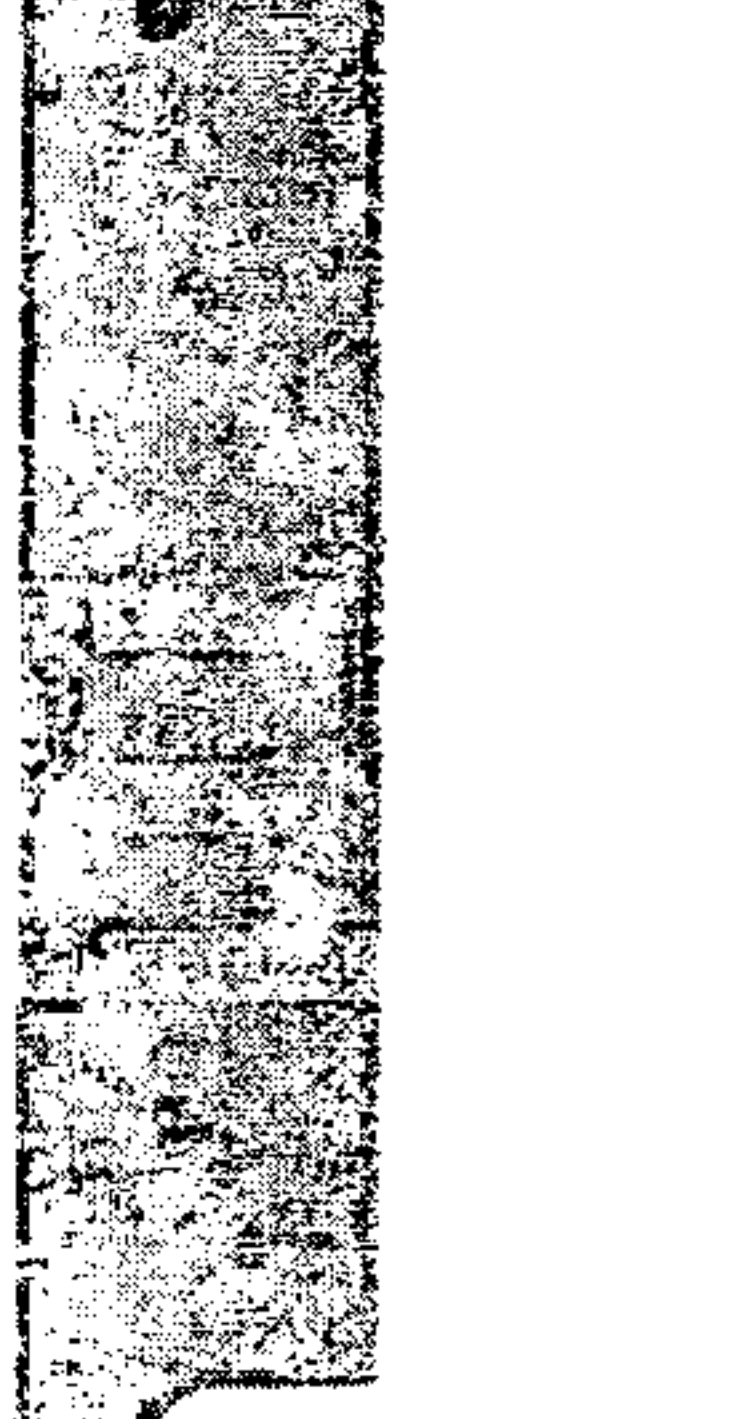
PROYECCION CANAL 11
TOTAL REPUBLICA

Departamento	Poblacion de TV	Punto Rating	Mañana		Pecho		Noche		Total	
			Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas		
1 GUATEMALA	2 900 989	20.010	0.3	8 703	0.0	26 109	2.7	78 327	3.9	113 330
2 HUEHUETENANGO	593 509	5.938	0.0	0	0.0	0	0.2	1 188	0.2	1 188
3 SAN MARCOS	550 253	5.503	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
4 ALTA VERAPAZ	525 342	5.254	0.0	0	0.1	525	1.1	5 778	1.2	6 305
5 QUICHE	461 483	4.615	0.2	920	0.7	3 250	3.3	6 922	2.4	11 078
6 QUEZALTENANGO	530 075	5.301	0.0	0	0.0	0	0.3	1 590	0.3	1 590
7 ESCUNTLA	507 233	5.072	0.2	1 074	0.6	3 043	2.2	11 150	3.0	15 211
8 UCHITAN	398 032	3.980	0.1	358	0.1	358	0.1	388	0.3	1 074
9 JUTIPA	334 191	3.342	0.1	334	0.0	0	0.1	2 674	0.0	3 008
10 CHIMALTENANGO	366 013	3.660	0.0	0	0.2	732	10.0	36 801	10.2	37 533
11 IZABAL	221 580	2.216	0.0	0	0.4	886	1.7	3 787	2.1	4 673
12 TONICAPAN	258 931	2.589	0.0	0	0.6	1 542	0.2	514	0.8	2 056
13 SANTA ROSA	265 737	2.657	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0
14 CHIGUIMULA	209 995	2.100	0.0	0	0.1	210	0.4	840	0.5	1 050
15 PETEN	284 388	2.844	0.0	0	0.1	210	0.4	840	0.5	1 050
16 SOCLA	252 501	2.525	0.0	0	0.2	505	0.8	2 213	1.1	2 718
17 RETALHELU	208 880	2.089	0.0	0	0.1	210	0.4	838	0.5	1 048
18 JALAPA	214 219	2.142	0.0	0	0.1	214	0.5	1 071	0.6	1 285
19 BAJA VERAPAZ	150 756	1.508	0.2	300	0.1	151	0.0	0	0.3	452
20 SACATEPEQUEZ	245 480	2.455	0.1	245	0.2	491	10.0	24 548	10.3	25 281
21 ZACAPA	152 217	1.522	0.0	0	0.1	152	0.1	152	0.2	304
22 PROGRESO	173 853	1.732	0.0	0	0.1	174	0.3	372	0.4	496
Total	9 895 054			11 800		38 483		178 871		229 333

*Fuentes: de rating Multivex

- Metropolitana Oct-04
- Cocodents Oct-04
- Sur Sep-04
- Sur-Oriente Sep-04
- Nor-Oriente Sep-04

**El departamento del Peten es un AREA NO INVESTIGADA por Multivex. Los censales nacionales tambien llegan al departamento, por medio de repetidores y señal via satelite para cada canal a los siguientes municipios: Dolores, Flores, La Libertad, Las Cruzes, Nueva Libertad, Poptun, San Andres San Benito, San Francisco, San Luis, Santa Ana, Santa Elena y Sayaxché



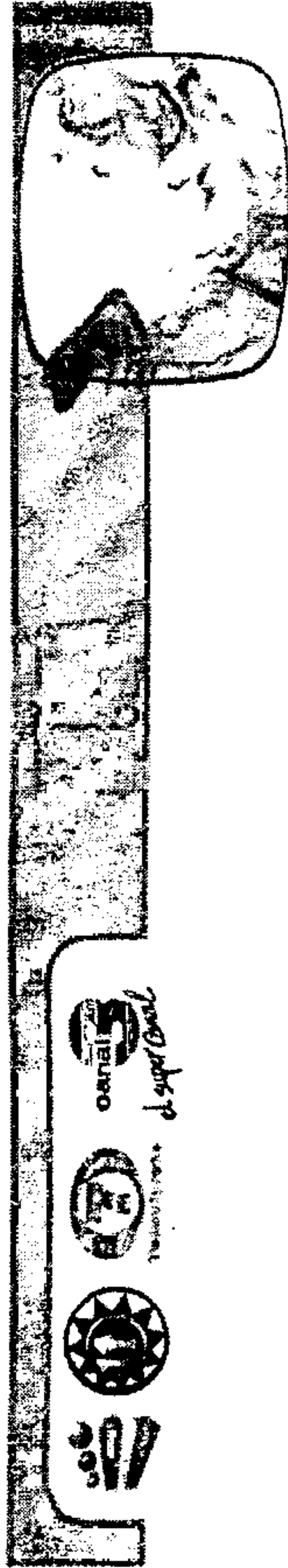
PROYECCION CANAL 13
TOTAL REPUBLICA

Departamento	Posesion de TV	Punto Rating	Mañana		Tarde		Noche		Total	
			Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas
1 GUATEMALA	2,900,989	29,010	0.6	23,208	0.9	25,109	2.3	66,723	4.0	116,040
2 HUEHUETENANGO	593,909	5,939	0.1	594	0.0	0	0.7	4,157	0.8	4,751
3 SAN MARCOS	550,283	5,503	0.0	0	0.1	550	0.3	1,651	0.4	2,201
4 ALTA VERAPAZ	525,332	5,253	0.0	0	0.5	2,627	1.0	5,254	1.5	7,881
5 OJUCHE	461,483	4,615	0.0	0	0.2	923	1.7	7,845	1.9	8,768
6 QUETZALTENANGO	530,075	5,301	0.1	530	0.1	530	0.4	2,120	0.6	3,180
7 ESCUINTLA	507,239	5,072	0.2	1,014	0.4	2,029	1.3	9,637	2.5	12,681
8 SUCHITEPEQUEZ	368,032	3,680	0.2	716	0.2	716	0.9	2,864	1.2	4,288
9 JUTIAPA	334,191	3,342	0.2	668	0.2	668	1.5	5,013	1.9	6,350
10 CHIMALTENANGO	368,013	3,680	0.1	695	1.8	6,588	4.6	16,837	8.3	30,379
11 IZABAL	221,580	2,216	0.1	222	0.2	443	2.4	5,318	2.7	5,953
12 TONICAPAN	258,931	2,589	0.2	514	1.3	3,340	1.1	2,826	2.6	6,082
13 SANTA ROSA	265,737	2,657	0.0	0	0.1	266	0.3	797	0.4	1,063
14 CHICUMULA	209,955	2,100	0.0	0	0.3	630	1.4	2,940	1.7	3,570
15 PETEN	264,366	2,644								
16 SOLOLA	292,501	2,925	0.1	253	0.4	1,010	1.9	4,798	2.4	6,060
17 RETALHULEU	206,860	2,069	0.8	1,679	0.4	839	1.8	3,777	3.0	6,206
18 JALAPA	214,219	2,142	0.0	0	0.2	428	1.0	2,142	1.2	2,571
19 BAJA VERAPAZ	150,755	1,508	0.7	1,059	1.2	1,809	2.0	3,015	3.9	5,879
20 SACATEPEQUEZ	245,450	2,455	0.0	0	0.4	982	1.4	3,438	1.8	4,418
21 ZACAPA	152,217	1,522	0.1	152	0.4	606	1.2	1,827	1.7	2,589
22 PROGRESO	123,653	1,236	0.2	246	0.6	743	2.0	2,477	2.8	3,460
Total	9,695,054	96,951		37,807		51,840		153,455		245,103

AREA NO INVESTIGADA

* Fuentes de rating Multivex
Metropolitana Oct-04
Occidente Oct-04
Sur Sep-04
Sur-Oriente Sep-04
Nor-Oriente Sep-04

** El departamento del Peten es un AREA NO INVESTIGADA por Multivex. Los canales nacionales tambien llegan a departamento, por medio de repetidoras y señal via satelite para cada canal a los siguientes municipios: Flores, La Libertad, Las Cruces, Nueva Libertad, Poptun, San Andres, San Benito, San Francisco, San Luis, Santa Ana, Santa Elena y Sayaxché



PROYECCION CANAL 3, 7, 11 Y 13
TOTAL REPUBLICA

Departamento	Poderacion de TV	Punto Rating	Madrugada		Mañana		Tarde		Noche		Total
			Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas	Rating	Proyeccion de Personas	
1 GUATEMALA	2,900,980	29.010	3.8	115,139	8.0	255,075	24.7	716,344	36.6	1,061,767	
2 HUEHUETENANGO	593,909	5.936	6.4	49,868	10.3	92,304	37.3	271,528	48.2	333,777	
3 SAN MARCOS	550,783	5.503	4.6	25,313	9.6	63,923	34.2	185,197	48.6	267,438	
4 ALTA VERAPAZ	525,382	5.254	2.6	13,680	6.1	32,048	20.1	105,802	28.8	151,310	
5 QUICHE	461,483	4.615	6.5	29,696	19.5	46,458	36.1	135,904	47.1	217,358	
6 QUINTANA ROO	530,076	5.301	2.3	12,192	4.5	23,853	24.8	131,989	31.7	168,014	
7 ESCUINTLA	507,233	5.072	5.7	28,012	10.7	51,738	24.1	122,243	30.0	232,853	
8 SUCUMBITEPEQUEZ	358,032	3.580	7.5	28,052	6.7	23,388	19.6	71,248	34.1	122,859	
9 UTIAPA	334,191	3.342	3.7	12,365	5.3	20,386	21.0	76,160	30.8	102,931	
10 CHIMALTENANGO	395,013	3.950	5.3	19,395	13.8	59,510	50.2	163,739	69.3	233,647	
11 IZABAL	221,580	2.216	6.7	14,048	11.0	24,374	26.4	58,497	44.1	87,717	
12 TONICAPAN	255,931	2.560	4.5	11,562	8.7	22,343	37.0	85,064	50.2	128,978	
13 SANTA ROSA	283,737	2.837	4.6	12,274	8.8	26,312	34.2	96,682	48.6	129,148	
14 CHICHUQUIULA	209,956	2.100	5.4	13,442	10.0	21,000	24.1	50,809	40.5	85,048	
15 PETEN	264,368	2.644									
16 SOLOLA	252,501	2.525	2.9	7,323	7.5	18,938	53.4	134,836	63.8	161,096	
17 RETA HULEJ	209,820	2.098	5.0	12,342	5.9	12,382	15.9	33,368	27.1	58,131	
18 JALAPA	214,719	2.147	2.7	6,754	3.6	11,996	14.3	31,062	22.8	48,842	
19 BAJA VERAPAZ	150,758	1.508	6.5	14,322	16.1	24,272	33.0	49,745	58.6	86,342	
20 SACATEPEQUEZ	245,450	2.455	2.6	8,382	3.4	20,518	45.4	111,434	56.4	136,434	
21 ZACAPA	152,217	1.522	5.5	8,372	9.6	14,613	30.8	46,853	45.9	69,868	
22 PROGRESO	123,853	1.238	6.4	13,427	11.4	14,118	17.9	22,170	36.7	44,218	
Total	9,695,054			448,278		610,052		2,674,730		3,931,059	

* Fuentes: de rating Multivex
Metropolitana
Occidente
Sur
Sur-Oriente
Nor-Oriente

** El departamento del Petén es un AREA NO INVESTIGADA por Multivex. Los canales nacionales también llegan al departamento, por medio de repetidoras y señal vía satélite para cada canal e los siguientes municipios: Dolores, Flores, La Libertad, Las Cruces, Nueva Libertad, Popunt, San Andrés, San Benito, San Francisco, San Luis, Santa Ana, Santa Elena y Sayaxché.

□ CANAL 3

○ 06:00-12:00

Los días lunes la programación inicia con "CRISTINA" con 2.3 y los lunes también se transmite "LIBRE ENCUENTRO" con 0.9, los demás días de martes a viernes inicia con "LA OREJA" con 1.7 después "CON TODO" con 2.1, la programación regular de lunes a viernes inicia con "LAS MAÑANAS DE TELEDIARIO" con 2.2, "SECRETOS DE COCINA" con 2.0, "NATIONAL GEOGRAPHIC SPECIAL" con 3.1, "NATIONAL GEOGRAPHIC EXPLORER" con 2.4, "SALA DE PAREJAS" con 3.5, "MUJER CASOS DE LA VIDA REAL" con 3.4. Los días miércoles aumenta el rating por los siguientes programas "NATIONAL GEOGRAPHIC EXPLORER" con 4.9, "SALA DE PAREJAS" con 5.5 y "MUJER CASOS DE LA VIDA REAL" con 4.3.

Para los sábados la programación inicia con "LA OREJA" con 2.0, "CON TODO DOS" con 2.0, "SHEENA" con 3.6, "BEASTMASTER" con 3.7, "XENA WARRIOR PRINCESS" con 2.7, "WITCHBLADE" con 1.4 y "STARGATE SG-1" con 0.8

Los domingos tiene la siguiente programación "SPY GAME" con 1.4, "VIENDO SE APRENDE" con 2.2, "SANTA MISA" con 3.2, "NUESTRA FAMILIA" con 2.9, "CHIQUIRRINES CLUB TV" con 5.0, este es el programa que hace que el rating aumente, "WITCHBLADE" con 2.6, "PROGRAMA ESPECIAL" con 3.0, "FUTBOL ESPAÑOL" con 5.3, "CAMPEONATO NACIONAL MOTOCROSS" con 1.1, "STARGATE SG-1" con 1.3 y "PROGRAMA ESPECIAL DOS" con 4.5.

○ 12:00-18:00

La programación de lunes a viernes inicia con "MUJER CASOS DE LA VIDA REAL" con 3.4, "TELEDIARIO VESPERTINO (2ED)" con 7.5, "LA VIUDA DE LA MAFIA" con 3.9, "CASO CERRADO" con 6.2, "LA VIDA ES UNA CANCION" con 7.3, este mes da inicio la novela "LOS REYES" con 6.2, "YO SOY BETTY LA FEA" con 15.2 que se terminó de transmitir el viernes 7 de abril y "CON BUENA ONDA" con 6.4.

La programación de fin de semana inicia con los sábados "FUTBOL ESPAÑOL" con 4.7, "LA HISTORIA DE LOS MUNDIALES" con 3.7, "THE LONE GUNMEN" con 2.5, "THIRD WATCH" con 4.0, "ENTREMOSLE A GUATE" con 5.9, "SPECIAL UNIT 2" con 3.7, "THE CHRONICLE" con 3.9, "FUTBOL INGLES" con 2.8, "MYSTIC KNIGHTS OF TIR NA NOG" con 1.1, "RIPLEYS BELIEVE IT OR NOT!" con 5.8 y "GUINNESS WORLD RECORDS PRIMETI" con 6.4.

Para los domingos es la siguiente "PROGRAMA ESPECIAL DOS" con 4.5, "FUTBOL ESPAÑOL" con 5.2, "THE LONE GUNMEN" con 2.9, "PRIMERO DIOS" con 3.8, "THIRD WATCH" con 2.5, "LA HISTORIA DE LOS MUNDIALES" con 3.8, "CAMPEONATO NAC. AUTOMOVILISMO" con 1.6, "SPECIAL UNIT 2" con 5.1, "ENTREMOSLE A GUATE" con 4.7, "WORLD MOST AMAZING VIDEOS" con 6.1, "MYSTIC KNIGHTS OF TIR NA NOG" con 2.6, "THE CHRONICLE" con 5.4, "PELICULA DOS" con 3.3, "SUPER CINE 1" con 9.8, "RIPLEYS BELIEVE IT OR NOT!" con 4.5 y "GUINNESS WORLD RECORDS PRIMETI" con 6.2.

○ 18:00-22:59

La programación regular de lunes a viernes inicia con "CON BUENA ONDA" con 7.3, "TELEDIARIO NOCTURNO (3ED)" con 15.8, "REBELDE" con 9.7, "SURVIVOR GUATEMALA" con 7.0, "GALA DE ORO CANAL 3" con 3.3 y "MUJERES APASIONADAS" con 1.8. Para semana santa se transmitieron los siguientes programas especiales "PROCESIONES DOS" con 4.7, "PROGRAMA ESPECIAL DOS" con 1.9, "PROCESIONES TRES" con 5.4, "PROGRAMA ESPECIAL TRES" con 4.0, "PROCESIONES CUATRO" con 6.3 y "PELICULA CUATRO" con 6.0.

El sábado su programación regular inicia con "CINE ESPECTACULAR 1" con 8.0, "CINE ESPECTACULAR 2" con 7.3 y "SABADO DE PELICULA" con 4.0.

El domingo genera la siguiente programación "SUPER CINE 1" con 6.4, "CANTANDO POR UN SUEÑO" con 5.8, "ENTREMOSLE A GUATE" con 7.8, "CANTANDO POR UN SUEÑO DOS" con 6.0, "PELICULA TRES" con 8.0, "PROGRAMA ESPECIAL TRES" con 1.5, "LIBRE ENCUENTRO" con 1.8 y "PELICULA DOS" con 2.1.

□ CANAL 7

○ 06:00-12:00

La programación de lunes a viernes inicia con el noticiero "NOTI7 MATUTINO" con 6.5, "NUESTRO MUNDO" con 2.7, "COCINA, SAL Y PIMIENTA" con 2.0, "LA INVASORA" con 1.9, "PROCESIONES" con 10.9, "PROGRAMA ESPECIAL" con 4.9 con , "PELICULA DOS" con 1.4, "PELICULA TRES" con 6.0.

Para el sábado las transmisiones incluyen los siguientes programas "NOTI7 MATUTINO" con 3.9, "PROGRAMA MUSICAL" con 2.5, "RTV, TU RADIO EN LA TELEVISION" con 3.3, "CINESCAPE" con 2.7, "NUESTRO MUNDO JOVEN" con 2.0, "VER PARA CREER" con 3.4, "LO MEJOR DE VIÑA DEL MAR" con 3.8 y "LA HISTORIA DE LOS MUNDIALES" con 3.7.

Mes de Abril del 2006

Intervalos (Gráfico por Canal)

Los domingos incluye la siguiente programación "APRIETA Y GANA" con 1.4, "REFLEXION ESPIRITUAL" con 1.6, "OTRO ROLLO" con 4.0, "LA PARODIA" con 4.3, "PROGRAMA ESPECIAL" con 1.0, "THE WORLDS GREAST MAGIC DOS" con 4.3, "THE OFFICIAL GUIDE GERMANY 2006" con 2.8, "GILLETTE 2006 FIFA WORLD CUP" con 3.6, "FUTBOL NACIONAL T. CLAUSURA" con 9.1, "PELICULA" con 6.2 y "LA HISTORIA DE LOS MUNDIALES" con 6.9.

o 12:00-18:00

De lunes a viernes inicia con "MESA PARA TRES" con 2.4, "NOTI7 VESPERTINO" con 11.4, "MILAGROS" con 12.5, "BARRERA DE AMOR" con 8.5, "LO QUE CALLAMOS LAS MUJERES" con 6.9 y "PRIMER IMPACTO" con 7.5.

Para fin de semana la programación cambia iniciando el día sábado con "LA HISTORIA DE LOS MUNDIALES" con 3.7, "LA PARODIA" con 6.3, "FUTBOL INGLES" con 2.8, "HOSPITAL EL PAISA" con 4.2, "HUMOR ES. LOS COMEDIANTES" con 3.0, "GUEREJA DE MI VIDA" con 4.9, "BIENVENIDOS" con 6.8, "FUTBOL ESPAÑOL" con 11.7, "DERBEZ EN CUANDO" con 5.8, "PRIMER IMPACTO FIN DE SEMANA" con 6.4, "BAJO EL MISMO TECHO" con 3.3, "PAR DE ASES" con 4.2, "LUCHA LIBRE WWF RAW" con 12.3 y "WWE RAW" con 10.1.

El domingo tiene la siguiente programación "LA HISTORIA DE LOS MUNDIALES" con 6.9, "PELICULA" con 6.9, "HOSPITAL EL PAISA" con 4.2, "RESUMEN DE PROCESIONES SEMANA" con 7.0, "PROCESION JESUS NAZARENO DE LO" con 6.0, "HUMOR ES. LOS COMEDIANTES" con 6.1, "GUEREJA DE MI VIDA" con 4.2, "LA GÜEREJA Y ALGO MAS" con 4.6, "FUTBOL INGLES" con 5.9, "TRADICION Y FE" con 3.4, con la siguiente programación aumenta el rating de la franja "WWE WRESTLEMANIA" con 14.2, "PRIMER IMPACTO FIN DE SEMANA" con 7.1, "WWE SMACKDOWN" con 8.2, "ACCION DEPORTIVA" con 4.9, "LUCHA LIBRE WWF SMACKDOWN" con 10.2.

o 18:00-22:59

"LAURA" con 14.5, "EL AMOR NO TIENE PRECIO" con 15.0, "PROCESIONES" con 10.2, "TODOS QUIEREN CON MARILYN" con 14.8, "EL CUERPO DEL DESEO" con 22.0, "AL ROJO VIVO DOS" con 11.4, "AL ROJO VIVO" con 8.6 y "NOTI7 NOCTURNO" con 19.9.

El sábado tiene la siguiente programación "SABADO GIGANTE" con 16.7, "TRADICION Y FE" con 12.5, "LA HORA PICO" con 13.3, "PELICULA DOS" con 27.8, "LA CASA DE LA RISA" con 11.0, "CERO EN CONDUCTA" con 7.8, "CRISTINA" con 7.7

El domingo su transmisión tiene los siguientes programas "WWE SATURDAY NIGHTS MAIN EVEN" con 12.8, "LA JAULA" con 9.1, "EN LA MIRA CON K-RIÑO" con 14.9, "EL FAMILION" con 14.7, "LA HORA PICO" con 13.5, "MORALEJAS" con 19.0, "NOTI7 NOCTURNO" con 22.0 y "TELEDEPORTE" con 8.0.

o CANAL 11

o 06:00-12:00

De lunes a viernes se transmiten los siguientes programas "ISABELLA MUJER ENAMORADA" con 1.0, "MELROSE PLACE" con 0.7, "CLASSE MANNEQUIN" con 0.4, "PAYNE" con 0.4 y "THE WAR NEXT DOOR" con 0.5. El aumento de los días miércoles es generado por las transmisiones deportivas de "FUTBOL NACIONAL T. CLAUSURA" con 6.5.

El fin de semana las películas generan un rating mayor al de lunes a viernes.

o 12:00-18:00

La programación de lunes a viernes inicia con "3RD ROCK FROM THE SUN" con 0.7, "TWO GUYS AND A GIRL" con 1.2, "THE NEW ADDAMS FAMILY" con 1.0, "POLTERGEIST" con 1.4, "JAG" con 1.9, "THE HUNTRESS" con 1.6, "POP U LAR" con 2.3, "FUTBOL NACIONAL T. CLAUSURA" con 6.5, "THE LOST WORLD" con 2.4, "RELIC HUNTER" con 2.2 y "LOIS AND CLARK" con 3.2.

El fin de semana las películas generan un rating mayor al de lunes a viernes.

o 18:00-22:59

De lunes a viernes tiene la siguiente programación regular "CINE DE LA TARDE" con 4.2, "CINEMA ONCE" con 5.9, "CINE DEL 11" con 3.6, las programaciones deportivas hacen que este mes aumente con las transmisiones especiales de "FUTBOL NACIONAL T. CLAUSURA" con 18.1 y "CHAMPIONS LEAGUE UEFA" con 2.5.

El fin de semana las películas generan un rating parecido al de al de lunes a viernes.

3 CANAL 13

o 06:00-12:00

De lunes a viernes la programación es la siguiente "BATTECH" con 0.0, "TENKO AND THE GUARDIANS OF THE" con 0.3, "MASK" con 0.7, "BOOHBAH" con 1.5, "BOB EL CONSTRUCTOR" con 2.1, "VOLTRON THE THIRD DIMENSION" con 2.7, "CARIÑOSITOS" con 3.2, "FERIA INTERNACIONAL DE LAS AME" con 3.3, "BEYBLADE" con 3.9, "ROBOCOP ALPHA COMMANDO" con 4.0, "THE MAGICIAN" con 4.1, "LIFE WITH LOUIE" con 4.1, "SABRINA LA BRUJITA" con 5.1, "HERCULES DE DISNEY" con 5.2, "THE WOODY WOODPECKER SHOW" con 5.2 y "SUPER CAMPEONES" con 5.9.

Los fines de semana genera rating menores a los demás días de la semana. El sábado la programación es la siguiente "SITTING DUCKS" con 0.7, "FIEVELS AMERICAN TAILS" con 2.1, "BABY BLUES" con 0.8, "DEXTERS LABORATORY" con 0.8, "RECREO: LA SERIE ANIMADA DISNE" con 2.5, "NEDS NEWT" con 3.0, "MY DAD THE ROCK STAR" con 1.6, "FERIA INTERNACIONAL DE LAS AME" con 2.5, "SAMURAI JACK" con 2.1, "KIM POSSIBLE" con 2.2, "THE FAIRLY ODD PARENTS" con 4.0, "SHAMAN KING" con 1.3, "MENTES SANAS" con 1.0 y "JUSTICE LEAGUE" con 1.1.

"SITTING DUCKS" con 0.1, "FIEVELS AMERICAN TAILS" con 0.9, "BABY BLUES" con 0.2, "RECREO: LA SERIE ANIMADA DISNE" con 0.9, "DEXTERS LABORATORY" con 0.0, "NEDS NEWT" con 1.8, "DEPORTITO" con 0.5, "CABALGATA DEPORTIVA GILLETTE" con 0.8, "UEFA CHAMPIONS LEAGUE WEEKLY" con 2.3, "SHAMAN KING" con 4.2, "THE FAIRLY ODD PARENTS" con 2.3, "LA PANDILLA DEL FIN DE SEMANA" con 0.9, "X-MEN EVOLUTION" con 2.7, "FERIA INTERNACIONAL DE LAS AME" con 2.5, "JUSTICE LEAGUE" con 2.2 y "FUTBOL INTERNACIONAL" con 3.0

o 12:00-18:00

De lunes la programación es la siguiente "SUPER CAMPEONES" con 5.6, "DRAGON BALL" con 5.7, "CHAMPIONS LEAGUE UEFA" con 6.3, "FUTBOL INTERNACIONAL" con 7.9, los anteriores programas deportivos son los que aumentan el rating los días miércoles "CHESPIRITO" con 6.2, "DRAGON BALL Z" con 5.0, "DRAGON BALL GT" con 5.0, "KALEIDO STAR" con 2.7, "DORAEMON EL GATO COSMICO" con 3.1, "TROLLZ" con 2.5, "B.DAMAN" con 2.9, "YU-GI-OH" con 2.6, "POKEMON THE JOHTO JOURNEYS" con 2.9, "CHIQURRINES CLUB TV" con 3.1, "LAS AVENTURAS DE TIMON Y PUMBA" con 3.8 y "EL CHAPULIN COLORADO" con 6.9.

El sábado la programación disminuye "KIDS SAY" con 1.4, "QUE RARO" con 1.6, "CHICO LISTO" con 2.6, "MALIBU CA" con 2.5, "NIKKI" con 3.5, "ONE WORLD" con 1.4, "HANG TIME" con 1.4, "CITY GUYS" con 1.3, "ES TAN RAVEN" con 2.2, "STEP BY STEP" con 2.4, "PAPA EN CASA" con 1.3, "SABRINA THE TEENAGE WITCH" con 3.0, "THE NANNY" con 1.2, "FUTBOL NACIONAL T. CLAUSURA" con 10.1 y "HEIDI" con 2.0.

El domingo la programación es la siguiente "FUTBOL INTERNACIONAL" con 2.9, "KIDS SAY" con 1.1, "QUE RARO" con 1.5, "CHICO LISTO" con 3.0, "FUTBOL INTERNACIONAL DOS" con 3.4, "CHICO LISTO DOS" con 2.2, "FUTBOL INTERNACIONAL TRES" con 1.7, "MALIBU CA" con 2.5, "ONE WORLD" con 3.1, "NIKKI" con 1.3, "HANG TIME" con 2.6, "CITY GUYS" con 2.1, "ES TAN RAVEN" con 2.1, "FUTBOL NACIONAL T. CLAUSURA" con 11.8, "STEP BY STEP" con 1.9, "SABRINA THE TEENAGE WITCH" con 1.9, "THE NANNY" con 2.6 y "HEIDI" con 1.8.

o 18:00-22:59

De lunes a viernes la programación inicia con "EL CHAPULIN COLORADO" con 6.9, "EL CHAVO DEL 8" con 10.2, "CHESPIRITO" con 9.4, "THE SIMPSONS" con 8.0, "SMALLVILLE" con 5.3, "WALKER TEXAS RANGER" con 5.2, "TELECENTRO TRECE" con 3.6, "AREA GRANDE" con 2.8, "DREAM ON" con 1.9 y "NASH BRIDGES" con 1.5. "PREMIOS BILLBOARD MUSICA LATIN" con 9.7,

El sábados mantiene un rating menor con la siguiente programación "HEIDI DOS" con 2.5, "SHE SPIES" con 1.8, "DESAFIO 10, PAZ PARA LOS EX" con 2.3, "MARTIAL LAW" con 2.6, "REVISTA TELECENTRO TRECE" con 2.5, "THE DEAD ZONE" con 1.0 y "LA FEMME NIKITA" con 1.2.

El domingo genera un rating mayor después de las 20:00 y su programación inicia con "DESAFIO DE ESTRELLAS" con 6.0, "KING OF THE HILL" con 2.5, "EXPLORATIONS" con 4.1, "CANTANDO POR UN SUEÑO" con 6.6 y "OTRO ROLLO" con 5.1.

□ CANAL Guatevisión

o 06:00-12:00

La programación de lunes a viernes inicia con "VIVA LA MAÑANA" con 0.8, "PRIMERA FILA" con 0.4, "DESPIERTA AMERICA" con 0.3 y "TV SHOPPING" con 0.2.

Para los días sábados la programación es la siguiente "TV SHOPPING" con 0.5, "DESAYUNO ALEGRE" con 0.4, "MEGA MATCH SENSACIONAL" con 1.2 este programa genera un aumento en el rating para los días, "VIVA LA MAÑANA" con 0.9 y "TSR TODO SOBRE RUEDAS" con 0.8.

Mes de Abril del 2006

Intervalos (Gráfico por Canal)

□ CANAL 3

○ 06:00-12:00

Los días lunes la programación inicia con "CRISTINA" con 2.3 y los lunes también se transmite "LIBRE ENCUENTRO" con 0.9, los demás días de martes a viernes inicia con "LA OREJA" con 1.7 después "CON TODO" con 2.1, la programación regular de lunes a viernes inicia con "LAS MAÑANAS DE TELEDIARIO" con 2.2, "SECRETOS DE COCINA" con 2.0, "NATIONAL GEOGRAPHIC SPECIAL" con 3.1, "NATIONAL GEOGRAPHIC EXPLORER" con 2.4, "SALA DE PAREJAS" con 3.5, "MUJER CASOS DE LA VIDA REAL" con 3.4. Los días miércoles aumenta el rating por los siguientes programas "NATIONAL GEOGRAPHIC EXPLORER" con 4.9, "SALA DE PAREJAS" con 5.5 y "MUJER CASOS DE LA VIDA REAL" con 4.3.

Para los sábados la programación inicia con "LA OREJA" con 2.0, "CON TODO DOS" con 2.0, "SHEENA" con 3.6, "BEASTMASTER" con 3.7, "XENA WARRIOR PRINCESS" con 2.7, "WITCHBLADE" con 1.4 y "STARGATE SG-1" con 0.8

Los domingos tiene la siguiente programación "SPY GAME" con 1.4, "VIENDO SE APRENDE" con 2.2, "SANTA MISA" con 3.2, "NUESTRA FAMILIA" con 2.9, "CHIQUIRRINES CLUB TV" con 5.0, este es el programa que hace que el rating aumente, "WITCHBLADE" con 2.6, "PROGRAMA ESPECIAL" con 3.0, "FUTBOL ESPAÑOL" con 5.3, "CAMPEONATO NACIONAL MOTOCROSS" con 1.1, "STARGATE SG-1" con 1.3 y "PROGRAMA ESPECIAL DOS" con 4.5.

○ 12:00-18:00

La programación de lunes a viernes inicia con "MUJER CASOS DE LA VIDA REAL" con 3.4, "TELEDIARIO VESPERTINO (2ED)" con 7.5, "LA VIUDA DE LA MAFIA" con 3.9, "CASO CERRADO" con 6.2, "LA VIDA ES UNA CANCION" con 7.3, este mes da inicio la novela "LOS REYES" con 6.2, "YO SOY BETTY LA FEA" con 15.2 que se terminó de transmitir el viernes 7 de abril y "CON BUENA ONDA" con 6.4.

La programación de fin de semana inicia con los sábados "FUTBOL ESPAÑOL" con 4.7, "LA HISTORIA DE LOS MUNDIALES" con 3.7, "THE LONE GUNMEN" con 2.5, "THIRD WATCH" con 4.0, "ENTREMOSLE A GUATE" con 5.9, "SPECIAL UNIT 2" con 3.7, "THE CHRONICLE" con 3.9, "FUTBOL INGLES" con 2.8, "MYSTIC KNIGHTS OF TIR NA NOG" con 1.1, "RIPLEYS BELIEVE IT OR NOT!" con 5.8 y "GUINNESS WORLD RECORDS PRIMETI" con 6.4.

Para los domingos es la siguiente "PROGRAMA ESPECIAL DOS" con 4.5, "FUTBOL ESPAÑOL" con 5.2, "THE LONE GUNMEN" con 2.9, "PRIMERO DIOS" con 3.8, "THIRD WATCH" con 2.5, "LA HISTORIA DE LOS MUNDIALES" con 3.8, "CAMPEONATO NAC. AUTOMOVILISMO" con 1.6, "SPECIAL UNIT 2" con 5.1, "ENTREMOSLE A GUATE" con 4.7, "WORLD MOST AMAZING VIDEOS" con 6.1, "MYSTIC KNIGHTS OF TIR NA NOG" con 2.6, "THE CHRONICLE" con 5.4, "PELICULA DOS" con 3.3, "SUPER CINE 1" con 9.8, "RIPLEYS BELIEVE IT OR NOT!" con 4.5 y "GUINNESS WORLD RECORDS PRIMETI" con 6.2.

○ 18:00-22:59

La programación regular de lunes a viernes inicia con "CON BUENA ONDA" con 7.3, "TELEDIARIO NOCTURNO (3ED)" con 15.8, "REBELDE" con 9.7, "SURVIVOR GUATEMALA" con 7.0, "GALA DE ORO CANAL 3" con 3.3 y "MUJERES APASIONADAS" con 1.8. Para semana santa se transmitieron los siguientes programas especiales "PROCESIONES DOS" con 4.7, "PROGRAMA ESPECIAL DOS" con 1.9, "PROCESIONES TRES" con 5.4, "PROGRAMA ESPECIAL TRES" con 4.0, "PROCESIONES CUATRO" con 6.3 y "PELICULA CUATRO" con 6.0.

El sábado su programación regular inicia con "CINE ESPECTACULAR 1" con 8.0, "CINE ESPECTACULAR 2" con 7.3 y "SABADO DE PELICULA" con 4.0.

El domingo genera la siguiente programación "SUPER CINE 1" con 6.4, "CANTANDO POR UN SUEÑO" con 5.8, "ENTREMOSLE A GUATE" con 7.8, "CANTANDO POR UN SUEÑO DOS" con 6.0, "PELICULA TRES" con 8.0, "PROGRAMA ESPECIAL TRES" con 1.5, "LIBRE ENCUENTRO" con 1.8 y "PELICULA DOS" con 2.1.

□ CANAL 7

○ 06:00-12:00

La programación de lunes a viernes inicia con el noticiero "NOTI7 MATUTINO" con 6.5, "NUESTRO MUNDO" con 2.7, "COCINA, SAL Y PIMIENTA" con 2.0, "LA INVASORA" con 1.9, "PROCESIONES" con 10.9, "PROGRAMA ESPECIAL" con 4.9 con , "PELICULA DOS" con 1.4, "PELICULA TRES" con 6.0.

Para el sábado las transmisiones incluyen los siguientes programas "NOTI7 MATUTINO" con 3.9, "PROGRAMA MUSICAL" con 2.5, "RTV, TU RADIO EN LA TELEVISION" con 3.3, "CINESCAPE" con 2.7, "NUESTRO MUNDO JOVEN" con 2.0, "VER PARA CREER" con 3.4, "LO MEJOR DE VIÑA DEL MAR" con 3.8 y "LA HISTORIA DE LOS MUNDIALES" con 3.7.

VIDEO

Valter Supermercado saluda a cámara.



Cámara muestra a los 3 participantes.



Cámara enfoca piscina con cupones y Valter seleccionando un cupon.



Valter marca por teléfono.



Cámara muestra a licenciada.



AUDIO

Buenas tardes, bienvenidos a la gran final del 50 Aniversario de Supermercados LATORRE. El día de hoy saldrá un ganador. El ganador de lo: Q56.000.00.

El día de ayer elegimos 3 participantes que hoy no acompañan en estudio ellos son _____

Ahora elegiremos un cuarto participante que estará con nosotros vía telefónica vamos a ver a quien le damos esta tarde la suerte....aquí está, es _____ con quien nos vamos a comunicar

Buenas tardes _____ lista para concursar?

Desde estudio el licenciado _____ será quien lo represente a usted acá en el estudio.

VIDEO

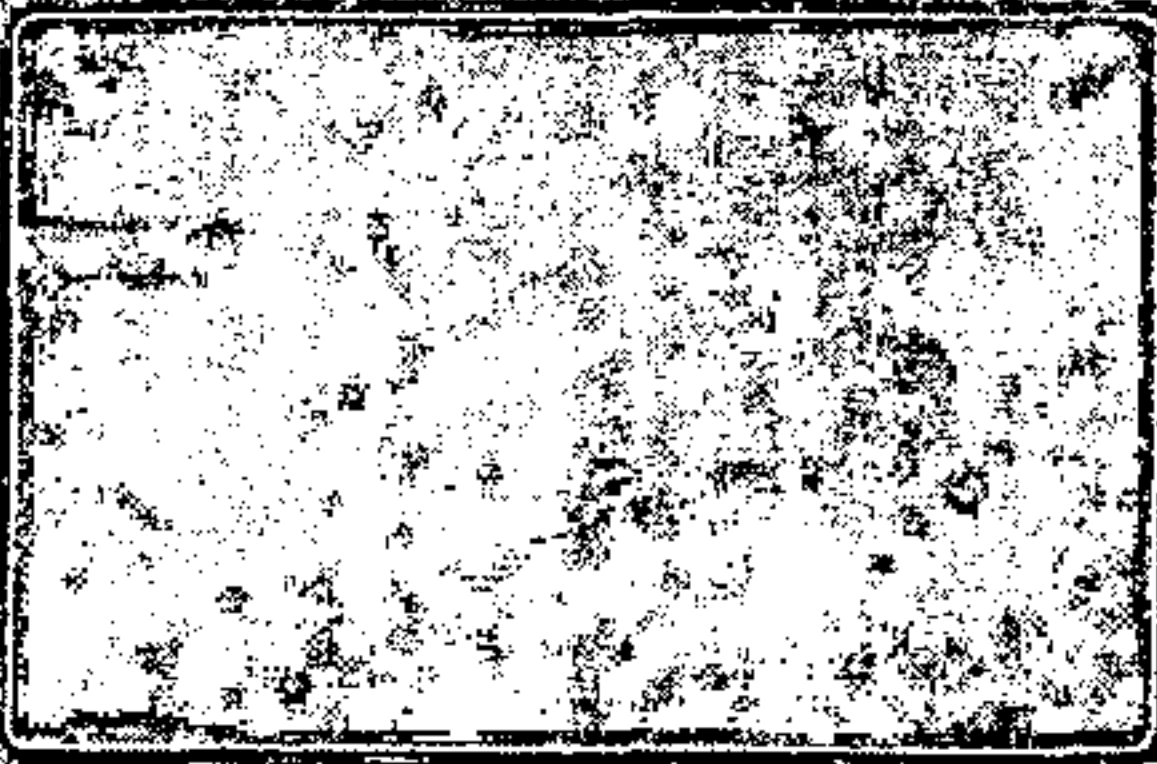
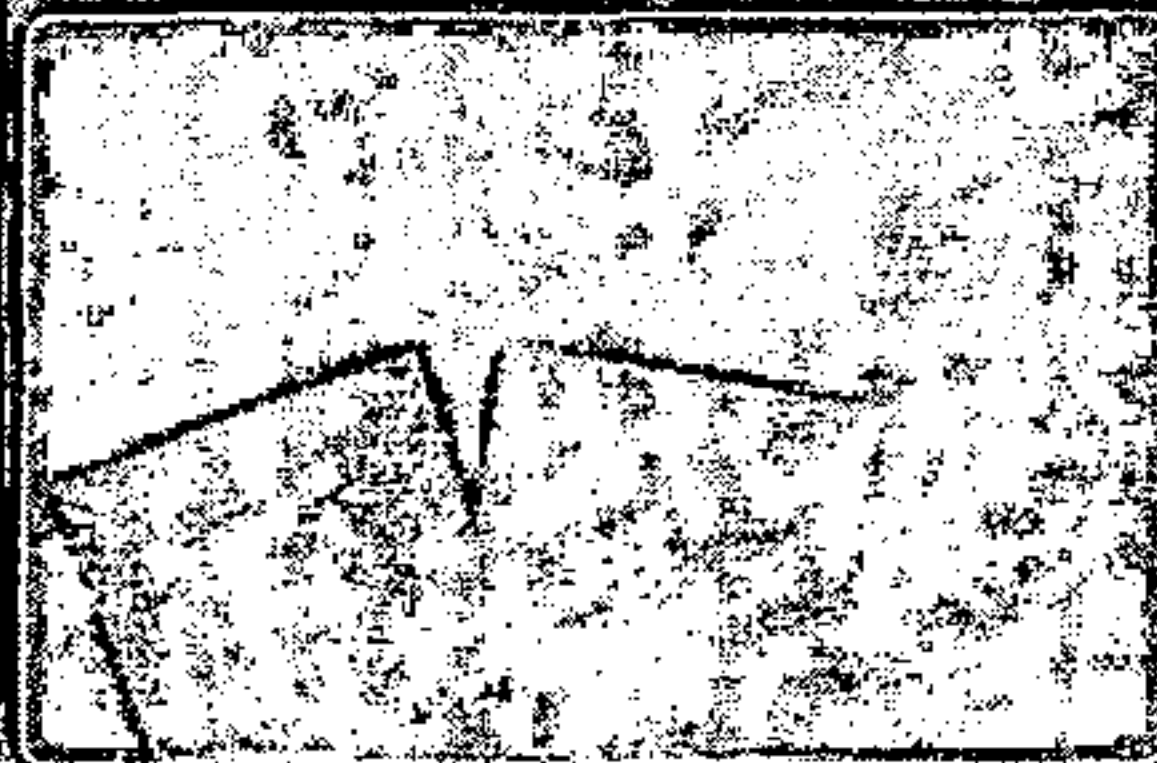
Valter explica mecánica de juego.

Valter muestra dos sobres.

Cámara enfoca canasta con productos, vemos detalle de los diferentes productos.

Vemos participantes con cartas.

Licenciado muestra dos cartas a cámara esperando que la concursante en teléfono escoja una.



AUDIO

Rápidamente les contamos, tenemos una canasta con productos y unos sobres con cartas.

Cada participante deberá elegir un sobre y de las dos cartas escoger la que para ustedes es el precio correcto de la canasta. Gana quien coloque el precio correcto o el que se acerque más a este.

Muchas suerte y vamos con el primer grupo de semifinalistas. La primera canasta tiene los productos SHAMPOO FINESSE, DETERGENTE GALLO FRESCO AMANECER DE 1.000 GRAMOS, ACEITE IDEAL DE 1.000 MIL, BANDEJA MUCHO NACHO TAESTA Y BANDEJA REHIDRATANTE REVIVE DE 20 OZ

Tenemos dos sobres, escoja cada uno un sobre y vamos con nuestro participante en estudio. mire bien sus cartas y guarde la que es para usted el precio correcto, no la muestre a cámara, entréguele la que no es el precio.

Ahora usted en su casa, el licenciado le mostrará las dos opciones de precios, usted deberá elegir sólo un precio, el que crea es el correcto.

VIDEO

Concursante en estudio muestra su carta.

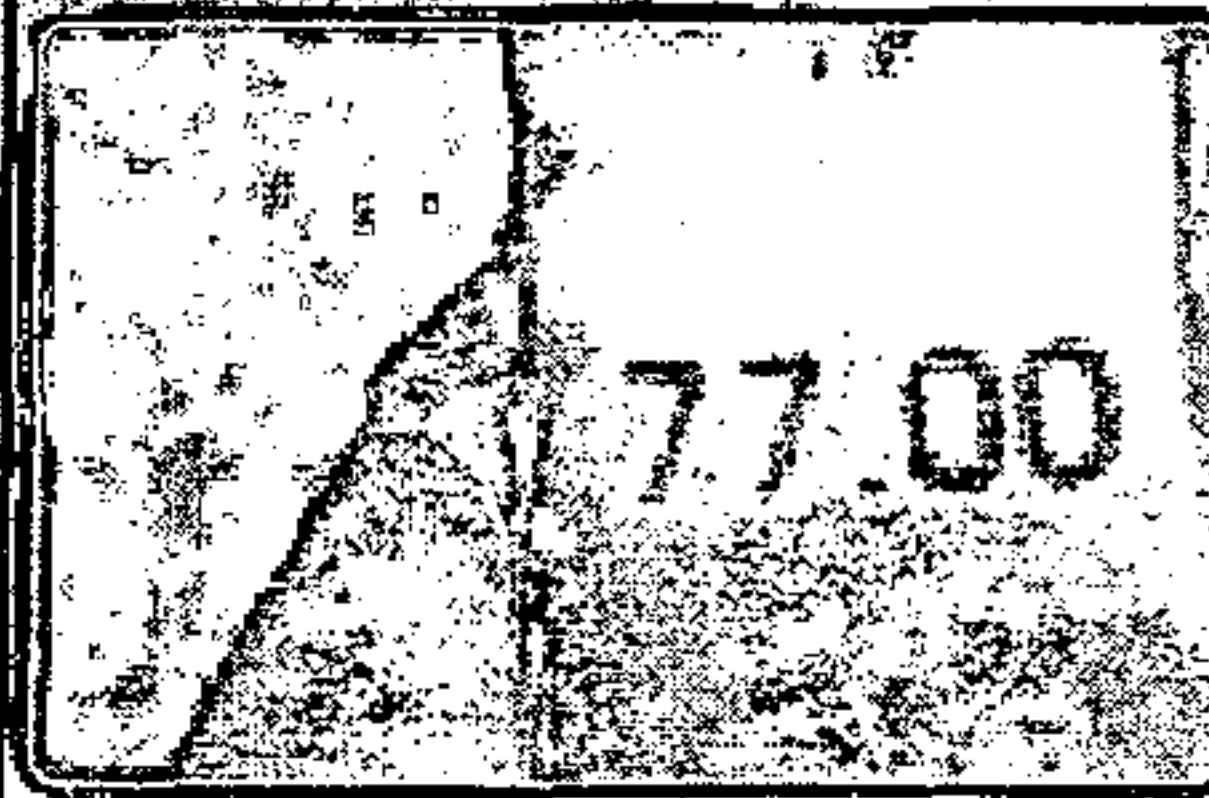
Valter devela el precio de la canasta.
Valter entrega certificado a perdedor.

Vemos dos nuevos participantes.

Cámara muestra detalle de productos de canasta mientras Valter los nombra

Participantes muestra cartas a cámara.

Valter entrega certificado de compra a participante perdedor.



AUDIO

El precio es _____
Muy bien, ahora usted en estudio muéstranos su precio a cámara y les voy a decir cuál es el precio correcto

El precio correcto de la canasta No. 1 es _____. Es quiere decir que nuestro primer finalista para concursar por los Q56.000.00 es _____. Usted no ganó pero se llevó un certificado de compra de de Q500 en Supermercados LATORRE.

Vamos por el segundo finalista, ya saben como es la canasta a la que usted deben descubrir el precio correcto...

tiene SHAMPOO SEDAL DE 35 ML. INSECTICIDA BAYGON PODE MORTAL, CEREAL CHOCO ZUCARITAS DE KELLOGGS DE 35 ML., INCAPARINA LIBRA
Tómense su tiempo y cuando cuente tres muestran su carta del precio correcto a cámara. 1, 2 y 3:

Y el precio correcto es _____ por lo cual usted pasa a la gran final. Para usted hay un premio de consuelo de Q500.

VIDEO

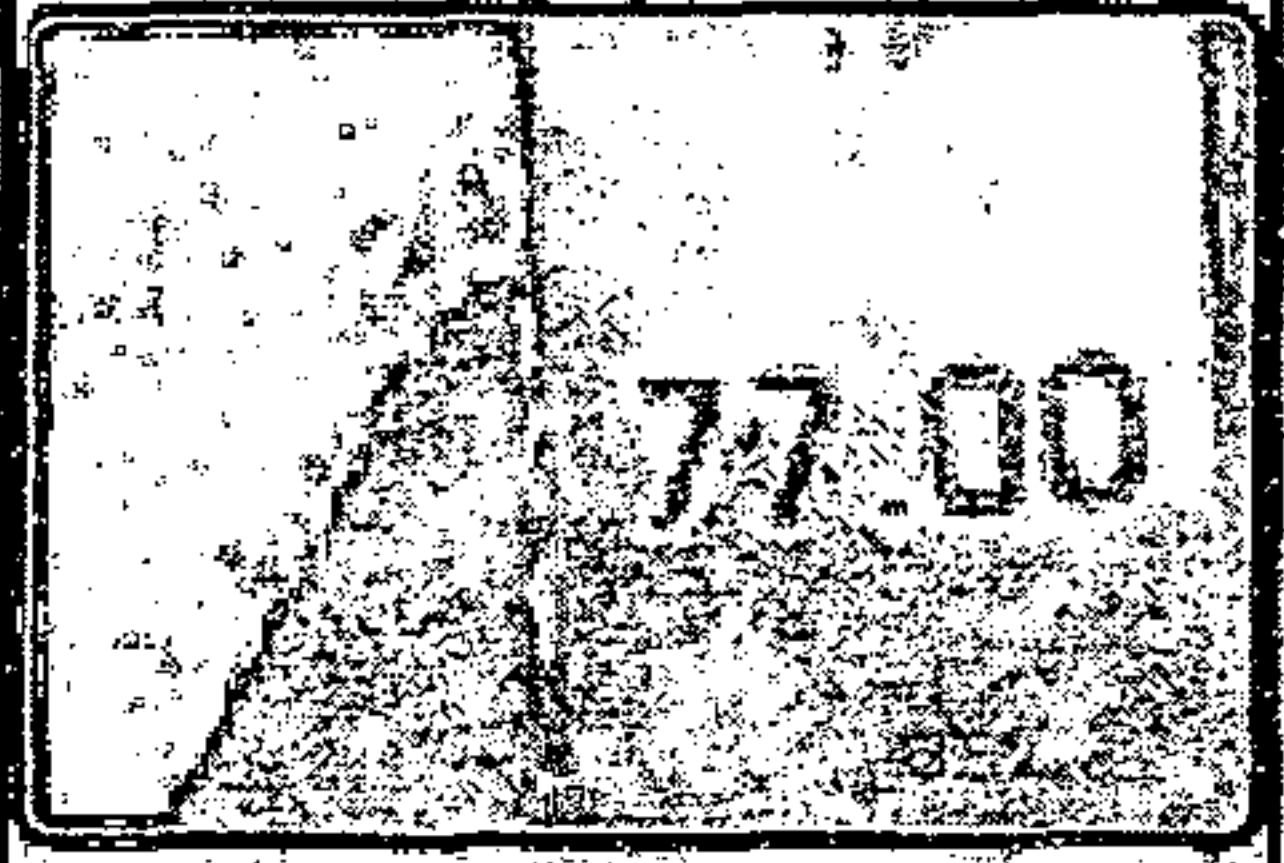
Alter con dos finalistas.
Cámara muestra detalle
de los productos de la
canasta.



Concursantes muestran
tarjetas a cámara.



Alter muestra tarjeta a
cámara.



Ganador cae confeti sobre
él.



AUDIO

Ahora llamamos a los dos
grandes finalistas, mucho
ojo, puedo ver que uno de
ustedes en menos de 5
minutos tendrá mucho
dinero...

veamos la canasta de la
gran final, tiene productos
GELATINA VOS DE 400 GRMS,
PAPEL HIGIENICO NUBE BLANCA
CON AROMA DE 6 ROLLOS,
GALLETAS GAMA CAN CAN
PAQUETE, FRICOLES DUCAL DE 16
OZ Y NECTAR LIBBYS TETRABRICK
DE 200 ML.

Tomense su tiempo y
mientras tanto recuerden
que con la tarjeta
Compraya usted recibe un
3% de descuento en todas
sus compras. Preparados, a
la cuenta de 3 me muestran
el precio correcto, 1, 2 y 3 y
ahora mismo les voy a
mostrar quien es el ganador
de los Q56,000.00.

Usted es el ganador, nos
despedimos de ustedes
invitandolos a seguir
comprando en
Supermercados LATORRE,
donde como tu somos
100% chapines, por eso
sabemos lo que te gusta.

Mundo Joven
Sábado 12 de agosto 2006

Locación	Contenido	Conductor	Duración	Tiempo Efectivo
1. Vtr/ Locutor	Presentación Mundo Joven	INGRID	0:00:00	9:30:00
2. Set biombos/Vtr	Saludo conductores y la primicia	Roberto y Lissette	0:05:30	9:35:30
3. Set bar/Vtr	Segmento Activate	Roberto	0:03:30	9:39:00
4. Set central/Vtr	Entrevista y musical	Lissette	0:07:00	9:46:00
5. Locutor	Locutor Manda a corte	INGRID	0:00:15	9:46:15
	CORTE COMERCIAL NUMERO UNO		0:03:00	9:49:15
6. Vtr/Locutor	Cápsula	INGRID	0:00:15	9:49:30
7. Set bar/Vtr	<u>Mención Salambo</u> y reportaje Joyeria para señoritas	Lissette y Leo	0:03:30	9:53:00
8. Set central/Vtr	Entrevista Liceo Canadiense y reportaje Leonel	Roberto y Rodrigo	0:06:00	9:59:00
9. Set chroma/Vtr	Guerra de videos	Roberto y Lissette	0:07:00	10:06:00
10. Locutor	Locutor manda a corte	INGRID	0:00:15	10:06:15
	CORTE COMERCIAL NUMERO DOS		0:03:00	10:09:15
				10:12:15
11. Vtr/ Locutor	Cápsula	INGRID	0:00:40	10:12:55
12. Set bar/Vtr	<u>Mención Salambo</u> y segmento Rock Tv	Lissette y Leonel	0:05:00	10:22:55
13. Set biombos/central	Entrevista srta. imagen y musical grupo invitado	Roberto y Rodrigo	0:07:00	10:29:55
14. Set bar/Vtr	El hijo de PU	Lissette	0:03:30	10:33:25
15. Set biombo	Entrevista federación de lucha	Roberto	0:03:00	10:36:25
16. Vtr/Locutor	Locutor manda a corte	INGRID	0:00:20	10:36:45
	CORTE COMERCIAL NUMERO TRES		0:03:00	10:39:45

17. Vtr/Locutor	Cápsula	INGRID	0:00:20	10:30:15
18. Set bar/Vtr	<u>Mención Top-Casting</u> y reportaje Rodrigo	Leo y Roberto	0:03:30	10:30:35
19. Set blombos/Vtr	Entrevista conjuve y reportaje Giovanni	Lissette	0:07:00	10:37:35
20. Set bar/Vtr	Sorteo Guitarra y reportaje Leo	Lissette, Roberto y Giovanni	0:06:00	10:44:35
21. Vtr/Locutor	Locutor manda a corte	INGRID	0:00:20	10:50:35
	CORTE COMERCIAL NUMERO CUATRO		0:03	10:50:55
				10:53:55
22. Vtr/Locutor	Capsula	INGRID	0:00:15	10:53:55
23. Set central	Sorteo DVD	Todos	0:03:00	10:54:10
24. Set central	Despedida grupo musical	Todos	0:05:00	10:57:10
25. Vtr/Locutor		INGRID	0:00:40	10:59:10

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
TESIS: PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA
MUNDO JOVEN

INSTRUCCIONES

A CONTINUACIÓN LE REALIZAREMOS UNA SERIE DE PREGUNTAS LAS CUALES NOS AYUDARAN A DETERMINAR EL GRADO DE ACEPTACIÓN DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN. DE ANTEMANO AGRADCEMOS SU COLABORACIÓN.

EDAD _____ ESTADO CIVIL _____ SEXO _____ ZONA _____

1. ¿SINTONIZA USTED EL PROGRAMA MUNDO JOVEN, EL CUAL ES TRANSMITIDO POR CANAL 7?

SI _____ NO _____

2. ¿CREE USTED QUE LOS CONDUCTORES REALIZAN BIEN SU TRABAJO DURANTE EL PROGRAMA, ES DECIR, ES AMENA LA CONDUCCIÓN?

SI _____ NO _____

3. ¿CONSIDERA QUE EL LENGUAJE QUE UTILIZAN LOS CONDUCTORES ES EL ADECUADO?

SI _____ NO _____

4. ¿CÓMO CONSIDERA USTED EL CONTENIDO DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN?

EXCELENTE _____ BUENO _____ MALO _____

5. ¿CUÁL ES EL SEGMENTO QUE MÁS LE GUSTA DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN?

A. COMPLACENCIAS MUCHO _____ POQUITO _____ NADA _____

B. GUERRA DE VIDEOS MUCHO _____ POQUITO _____ NADA _____

C. FRANJA MUSICAL MUCHO _____ POQUITO _____ NADA _____

D. EL RETRO MUCHO _____ POQUITO _____ NADA _____

E. FARÁNDULA MUCHO _____ POQUITO _____ NADA _____

F. EL HIJO DE PU MUCHO _____ POQUITO _____ NADA _____

G. REPORTAJES VARIOS MUCHO _____ POQUITO _____ NADA _____

H. ACTÍVATE MUCHO _____ POQUITO _____ NADA _____

I. ROCK TV MUCHO _____ POQUITO _____ NADA _____

6. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS LE DESAGRADA DEL PROGRAMA MUNDO JOVEN?

7. ¿HA PARTICIPADO USTED ALGUNA VEZ EN LOS CONCURSOS QUE REALIZA EL PROGRAMA?

SI _____ NO _____

8. ¿CONSIDERA USTED QUE SON BUENOS LOS CONCURSOS Y LOS PREMIOS QUE DAN EN EL PROGRAMA MUNDO JOVEN?

9. ¿CÓMO LE PARECE A USTED LA IMAGEN QUE PROYECTA EN SÍ EL PROGRAMA MUNDO JOVEN?

MUY BUENA _____ BUENA _____ REGULAR _____ MALA _____

10. ¿QUÉ ENSEÑANZA POSITIVA LE DEJA EL PROGRAMA A USTED COMO TELEVIDENTE?

11. ¿QUÉ CAMBIOS LE GUSTARÍA QUE SE REALIZARA EN EL PROGRAMA?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

IMPRESOS
JOR
RAMIREZ

12 Av. 21-66, Zona 12. Tel.: 2485-0514
Guatemala, Centroamérica