

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

“HISTORIA, DESARROLLO Y EVOLUCION DEL CANAL DE TELEVISION
POR CABLE 18-50”, Y LA PROYECCION DE NUEVOS MEDIOS A TRAVÉS
DE UNA TECNOLOGIA WEB 2.0

Trabajo de tesis presentado por:

Lorena Eugenia Orozco Marroquín

Previo a optar el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor de Tesis:

Ing. Alejandro Contreras Quemé

Guatemala, Noviembre de 2010

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

Director

M.A. Gustavo Bracamonte

Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Julio Moreno

M.A. Fredy Morales

Representantes Estudiantiles

Adriana Leticia Castañeda Morataya

Milton Lobo

Representante Egresado

M.A. Pavel Matute

Secretario

M.A. Axel Santizo

Tribunal Examinador

Ing. Alejandro Contreras Quemé (Presidente)

Lic. Marco Antonio Pineda

Dr. Wangner Díaz Choscó

Lic. David Chacón

Licda. Carla Álvarez

M.A. Víctor Ramírez



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

Guatemala, 16 de mayo de 2008
Dictamen aprobación 31-08
Comisión de Tesis

Estudiante
Lorena Eugenia Orozco Marroquín
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala


Estimada estudiante Orozco:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo que acordó la comisión de tesis en el inciso 1.16 del punto 1 del acta 02-2008 de sesión celebrada el 16 de mayo de 2008.

1.16. Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar a la estudiante Lorena Eugenia Orozco Marroquín, carné 199923833, proyecto de tesis *HISTORIA, DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL CANAL DE TELEVISIÓN POR CABLE 18-50 Y LA PROYECCIÓN DE NUEVOS MEDIOS A TRAVÉS DE UNA TECNOLOGÍA WEB 2.0.* B) Nombrar como asesor: Ingeniero Alejandro José Contreras Quemé.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AM/Eunice S.

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfonos: (502) 2476-9926
(502) 2443-9500 extensión 1478
Fax: (502) 2476-9938
www.comunicacionusac.com.gt



Autorización informe final de tesis por asesor
Guatemala, 30 de abril 2010 .-

M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora,
Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio Bienestar Estudiantil
Ciudad Universitaria

Estimada M.A. Aracelly Mérida

Por este medio me dirijo a usted para informarle que he revisado el informe final de tesis del (la) estudiante Lorena Eugenia Orozco Marroquín
Carné 199923833 cuyo tema es "Historia, Desarrollo y Evolución del canal de Televisión por Cable 18-50" y Proyección de utilización de nuevos medios a través de una tecnología Web 2.0

Vo.Bo. (f)

Ing. Alejandro Contreras Q.
Colegiado 5969



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

180-10

Guatemala, 15 de julio de 2010
Comité Revisor
Ref. CT-Akmg 04-2010

Estudiante
Lorena Eugenia Orozco Marroquín
Carné 199923833
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Orozco**:

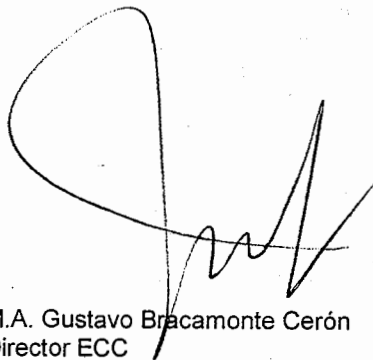
De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su trabajo: HISTORIA, DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL CANAL DE TELEVISIÓN POR CABLE 18-50 Y LA PROYECCIÓN DE NUEVOS MEDIOS A TRAVÉS DE UNA TECNOLOGÍA WEB 2.0.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:


Ing. Alejandro Contreras, presidente.
Lic. Marco Antonio Pineda, revisor.
Dr. Wangner Díaz, revisor.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



M.A. Gustavo Bracamonte Cerón
Director ECC



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis.
archivo.
AM/GB/Eunice S.

Edificio M2.
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfonos: (502) 2476-9926
(502) 2443-9500 extensión 1478
Fax: (502) 2476-9938
www.comunicacionusac.com.gt



Autorización informe final de tesis por terna revisora

Guatemala, 25 de octubre de 2010




M.A.
Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio Bienestar estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

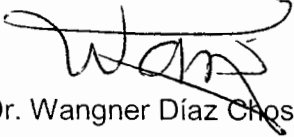
Atentamente informamos a usted que el (la) estudiante Lorena Eugenia
Orozco Marroquín Carné 199923833


Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es:
Historia, Desarrollo y evolución del canal de Televisión por cable 18-50; y la
proyección de nuevos medios a través de una tecnología Web 2.0

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


Lic. Marco Antonio Pineda
Miembro comité revisor

ID Y ENSEÑAD A TODOS


Dr. Wangner Díaz Chosco
Miembro comité revisor


Ing. Alejandro Contreras Quemé
Presidente (a) comité revisor



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

Guatemala, 08 de noviembre de 2010
Tribunal examinador de tesis/V.R.
orden de impresión
Ref. CT-Akmg- No. 14-2010

Estudiante
Lorena Eugenia Orozco Marroquín
Carné **199923833**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Orozco**:

Por este medio nos dirigimos a usted para informarle que se autorizó la impresión de su trabajo de investigación con el título HISTORIA, DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL CANAL DE TELEVISIÓN POR CABLE 18-50; Y LA PROYECCIÓN DE NUEVOS MEDIOS A TRAVÉS DE UNA TECNOLOGÍA WEB 2.0, previo a optar al GRADO DE LICENCIADO(A) EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

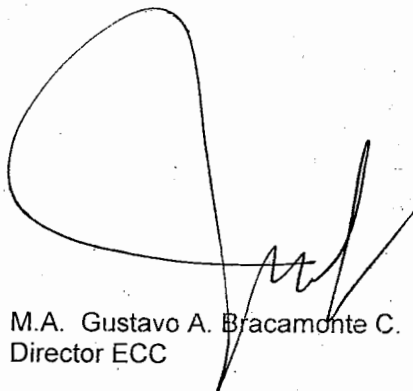
El tribunal examinador esta integrado por:

Ing. Alejandro Contreras Quemé, presidente.
Lic. Marco Antonio Pineda, revisor.
Dr. Wangner Díaz Choscó, revisor.
Lic. David Chacón, examinador.
Licda. Carla Álvarez, examinadora.
M.A. Víctor Ramírez, suplente.

Diez tesis impresas deberá entregarlas en la Secretaría de la Escuela para que se fije la fecha del examen privado de graduación; seis tesis y dos cd's en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera; dos tesis y un cd en formato PDF en la biblioteca central de esta casa de estudios.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Gustavo A. Bracamonte C.
Director ECC


M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de tesis



Copia: archivo
AM/Eunice S.

Para efectos legales únicamente la autora
es la única responsable del contenido de este trabajo.

DEDICADO A

- DIOS:** Por su amor, gracia y misericordia en mi vida.
- MIS PADRES:** Otto H. Orozco Velásquez y Noemi Marroquín Orellana, por su amor y apoyo incondicional.
- MI HIJO:** Sebastián, gracias por ser la razón de mi vida, que me inspira a seguir adelante.
- MIS HERMANOS:** Susy, Oliver y Juan Carlos. Los quiero mucho
- MI FAMILIA EN GENERAL:** Abuelos, tíos, primos, sobrinos. Con mucho aprecio.
- MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS:** Aury, Chayito, Evelyn Boche, Juan Carlos, Alfredo, Evelyn Tobar, Oralia. Gracias por su amistad incondicional.
- ASESOR:** Ing. Alejandro Contreras. Gracias por toda la ayuda e información en la realización de este trabajo.
- A UNA PERSONA EMPRENDEDORA:** M.A. Aracelly Mérida, por su apoyo en guiar, asesorar este trabajo y transmitir en todo momento el espíritu de superación, aún en los momentos difíciles.

INDICE

Resumen	I
Introducción	III
Capítulo I	
1 Marco Conceptual	1
1.1 Tema de la investigación	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	2
1.4 Planteamiento del Problema	2
1.5 Límites y Alcances	2
Capítulo II	
2 Marco Teórico	3
2.1 Televisión por cable	3
2.1.1 Definición	3
2.1.2 Historia	3
2.1.3 Canales locales de Televisión	4
2.1.4 Diagrama de Distribución de red de señal	6
2.2 Canal 18-50 Televisión	7
2.2.1 Historia	7
2.2.2 Objetivos del canal	9
2.2.3 Misión / Visión	9
2.3 Funcionamiento	10
2.3.1 Horario de transición regular del canal	10
2.3.2 Cobertura del canal	13
2.4 Programación regular	13
2.4.1 Producción del canal	13
2.4.1.1 Procedimiento para producción de programas en set	21
2.4.1.2 Procedimiento para producción de cápsulas o spots	22
2.4.2 Programas enlatados	23
2.5 Área Administrativa del canal	24
2.5.1 Personal	24
2.5.2 Financiamiento	29
2.5.3 Reglamento Interno del canal	29
2.6 Organigrama general del canal	30
2.7 Marketing / Publicidad	31
2.7.1 Página Web	31
2.7.2 Vallas publicitarias	31
2.8 Nuevos Medios	31

2.8.1 Medios Digitales Interactivos	31
2.8.2 Web 2.0	33
2.8.3 Blogs	34
2.8.4 Comunidades Virtuales	35
2.8.5 Aldea Global	35
2.8.6 Interactividad	35
2.8.7 Chat	36

Capítulo III

3 Marco Metodológico	37
3.1 Tipo de investigación	37
3.2 Objetivos	37
3.3 Técnica	37
3.4 Instrumento	37
3.5 Población	38
3.6 Muestra	38
3.7 Procedimiento	38

Capítulo IV

4 Análisis y descripción de resultados	38
4.1 Entrevista a Productores del canal	38
4.2 Muestreo	42
4.3 Gráficas	43
5 Conclusiones	56
6 Recomendaciones	57
7 Referencias Bibliográficas	58
8 Anexos	61
Guía de entrevista	
Cuestionario	

Introducción

Televisión por cable se le llama usualmente a los canales nacionales e internacionales transmitidos por señal vía satélite; éstos llevan la señal a diferentes puntos del país por medio de una red de distribución de cable coaxial hasta finalizar con el suscriptor. Sin embargo, con el paso de los años, la tecnología ha cambiado y comúnmente las empresas proveedoras de señal han requerido del uso de fibra óptica para realizar enlaces más largos que permiten tener una señal más limpia, además de preparar el camino para la televisión digital.

En los últimos años se han generado nuevos medios de comunicación local en los municipios, departamentos, que trabajan por medio de circuitos cerrados y a nivel nacional por las cadenas de televisión por cable vía satélite. Algunos de estos canales (como Guatevisión, Vea Canal, Latitud, enlace, 18-50 televisión, entre otros) mantienen dentro de su parrilla de programación un contenido propio, que es lo que gusta y demanda el televidente. Sin embargo, estos canales tienen la desventaja, ante los nacionales, de que solo pueden ser vistos por los usuarios que contratan un servicio de televisión por cable, a pesar de esto han cruzado fronteras expandiéndose internacionalmente, presentando una gama de programas atractivos y de amplia audiencia.

A través de la presente investigación se describe el desarrollo y la estructura del canal 18-50, Televisión Diferente, que es un canal transmitido a través de la red de intercable en algunos sectores del país. Este medio innovador presenta una programación para todo público con diferentes franjas tales como, salud, entretenimiento, hogar, musical, cultural entre otros. Se presenta como inició este canal, su evolución y desarrollo. El uso de la Internet ha sido un factor determinante en todo medio de comunicación vanguardista en los últimos tiempos, actualmente existen nuevos medios o herramientas como las páginas Web, Chat, blogs, es común mantener la conexión con los medios y con diferentes personas que están en la misma comunidad virtual, esto permite compartir ideas, pensamientos, sugerencias, críticas de lo que la radio, prensa o televisión describe en un determinado momento. Conociendo la importancia de esta herramienta durante el desarrollo de la investigación se implementará el sistema web 2.0, para conocer las ventajas que esto genera para el medio de comunicación.

Resumen

Título: “Historia, desarrollo y evolución del canal de televisión por cable 18-50” y la proyección de nuevos medios a través de una tecnología web 2.0

Autora:

Lorena Eugenia Orozco Marroquín

Universidad:

Universidad San Carlos de Guatemala

Unidad Académica:

Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Problema Investigado:

¿Necesita el canal de televisión por cable 18-50 un sistema moderno de comunicación Web 2.0 para implementar las herramientas que la tecnología ofrece en estos tiempos y que todo medio de comunicación está estableciendo para tener una vía directa con la audiencia del canal?

Instrumentos Utilizados:

Fichas Bibliográficas y cuestionarios

Procedimiento para obtener datos e Información:

Se realizó una investigación bibliográfica y documental en las Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala y Flavio Herrera de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Así mismo se investigó por internet, revistas, periódicos. Se elaboraron cuestionarios y se consultó a personal del canal de televisión 18-50, así como a sus fundadores.

Resultados Obtenidos y Conclusiones:

A través de la investigación nos pudimos dar cuenta que la nueva tendencia en comunicación son los medios digitales interactivos, ya que a través de ellos puede obtenerse una gama de información de mucho interés para el medio, así como la utilización de las diferentes herramientas digitales existentes en la actualidad, lo que les permite ser un medio vanguardista y competitivo.

El canal 18-50, que se genera en la televisión local por cable, a pesar de ser un nuevo medio alternativo en nuestro país, ha ido generando interés en los televidentes, lo que ha permitido crear espacios para nuevos productores que desean incursionar en este medio.

Capítulo I

1. Marco Conceptual

1.1 Tema: Historia, desarrollo y evolución del canal de televisión por cable 18-50" y la proyección de nuevos medios a través de una tecnología Web 2.0

1.2 Antecedentes:

La historia de la televisión en Guatemala se remonta a los años 1950, surgiendo el **Canal 8**. Más tarde surge Canal 3, que en 2006, está en el aire con su lema: "Canal Tres el Súper Canal". Fundado en 1956, es considerado como el primer canal de televisión en Centroamérica (ya que Canal 8, el primero, desapareció).

Años más tarde aparece Canal 7 como televisora independiente y su mayor competencia era Canal 3. Poco a poco, se expanden ambos canales en toda la República de Guatemala y cambiando sus formatos televisivos. En 1980 surge Canal 11, con el nombre inicial de Canal 11 de Televisión; y el Canal 13 de Televisión, sus nombres comerciales fueron cambiados, el de Canal Once por Tele Once, y el de Canal Trece por Trecevisión, actualmente forman parte del Grupo de Canales 3 y 7. (es.wikipedia.org/wiki/Canales)

Con el pasar del tiempo han surgido canales como Canal 5 que estuvo al aire 25 años, (ya no está en el aire). Era un canal de televisión nacional. Canal 19 aunque estuvo al aire, ya no existe. Canal 25 propiedad de un grupo de radios llamado "Radio Corporación Nacional", quien lo mantuvo al aire y además desapareció, varias veces.

A mediados de los años 1990 surge Canal 21, un canal religioso. Forma parte de la Cadena Internacional Enlace / TBN. Canal 27 que al principio era llamado "Canal de Chiquimulilla", fue adquirido por el "Ministerio de Motivación Cristiana" quien lo convirtió en un canal de carácter cristiano evangélico al igual que Canal 21. Canal 31 era un canal mayormente musical que existió hasta marzo de 2006, y que después fue adquirido por un grupo de empresarios de Guatemala para convertirlo en Latitud TV.

El canal 33 surge en 2002, administrado por la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC). Canal 63 es el canal de TV del Arzobispado de Santiago y es el único medio de Comunicación oficial de la Iglesia Católica en Guatemala. Canal 65 EWTN. Para principio de los años 1990, Canal 3 y Canal 7 se asocian y fundan Radio y Televisión Guatemala, conjunto de medios de Radio y Televisión en Guatemala, que actualmente poseen los únicos 4 canales en VHF que están al aire por lo que la prensa les acusa de monopolio y de comprar al gobierno del Presidente Alfonso Portillo al no permitir la explotación comercial de los Canales 5 y 9 de VHF que aún estaban disponibles y que cedió al Congreso de la República y a la Academia de Lenguas Mayas de Guatemala, días antes de terminar su período como presidente en el año 2004. En el 2006 aparecen VEA Canal, Canal Antigua y 18-50 Televisión, que se

transmiten solo por medio de la señal de Cable. Al igual que Guatevisión, tienen una programación variada y nacional. (es.wikipedia.org/wiki/Canales)

Desde que fueron diseñados, “los sistemas de televisión por cable fueron desarrollados para cubrir las zonas donde no llegaba la transmisión de las televisoras locales”(Gonzales Burguete (año 2002). La primera aproximación para resolver este problema fue la instalación de sistemas conocidos como Televisión por Antenas Comunales o comunitarias (CATV).

La comunicación con el paso del tiempo ha ido cambiando y ahora podemos observar una nueva era de comunicación utilizando Internet, multimedia, y las redes.

1.3 Justificación

Investigar sobre el canal 18-50, representa descubrir un proyecto en donde se describa el funcionamiento de un canal de televisión local por cable , incluyendo su estructura técnica, administrativa, producción, parrilla de programación entre otros aspectos importantes que pueden ser de utilidad para todo aquel que desee saber mas sobre el desarrollo de la televisión local.

Así como la tecnología avanza y está revolucionando los medios de comunicación, es necesario que el canal 18-50, este a la vanguardia y proporcione a sus telespectadores todas las herramientas necesarias para tener una comunicación moderna de doble vía que le permita tener una conexión directa con el público permitiendo conocer los comentarios, sugerencias, quejas del televidente, lo que permitirá percibir el funcionamiento del canal, a través de retroalimentación que establezca la opinión del televidente.

1.4 Planteamiento del Problema

¿Es necesario que el canal de televisión por cable 18-50 implemente un sistema moderno de comunicación Web 2.0 para utilizar las herramientas que la tecnología ofrece en estos tiempos, y que todo medio de comunicación está creando para tener una vía directa con la audiencia del canal?

1.5 Límites y Alcances

Límites: la investigación se desarrolló tomando como base el funcionamiento del canal 18-50, como entidad principal del proyecto.

Alcances: los alcances que se espera tener con el proyecto es abarcar y dar a conocer cada espacio del canal 18-50, y lograr establecer el proyecto de utilización de una comunicación moderna por medio de la tecnología Web, la cual llegaría a todos los televidentes del canal, a través de la red de la empresa Cable Star S.A., sucursal San Lucas Sacatepéquez.-

Capítulo II

2. Marco teórico

2.1 Televisión por cable

2.1.1 Definición

La televisión por cable no es una innovación técnica en sí, sino que utiliza varios inventos ya existentes: las antenas que permitían captar las señales electromagnéticas de la televisión hertziana y el cable coaxial que había sido utilizado por primera vez para el envío de mensajes telegráficos submarinos. El cable ha sido tradicionalmente un modo de distribución de imágenes en movimiento y actualmente se está convirtiendo en el canal por el que discurren servicios integrales de telecomunicación: datos, imágenes y voz. Por ello, hablar de televisión por cable hoy es hacer referencia a tan sólo uno de los servicios que ofrecen los operadores de telecomunicaciones por cable. Fernández Peña (1999).

2.1.2 Historia

Este fenómeno tuvo sus inicios en Estados Unidos en el año 1950, debido a que la complicada y extensa orografía estadounidense no permitía que la señal de televisión de las grandes ciudades llegase a todas las zonas rurales y alejadas.

Al principio nació como una iniciativa sin ánimo de lucro, pero pronto surgió la modalidad de pagar una cuota mensual por obtener dicho servicio.

La historiografía tradicional del cable (casi siempre norteamericana) señala que el primer sistema de cable fue creado en los Estados Unidos. Sin embargo, una reciente publicación (Southwick, 1999: p.10) asegura que probablemente el primer sistema de cable de la historia fue construido en el Reino Unido, donde varias empresas ya instalaban antenas comunitarias antes de la segunda guerra mundial para recibir las recién inauguradas señales de la BBC. La verdadera expansión de la programación específica para cable no se produce hasta la utilización de los satélites para la transmisión de canales de televisión a las cabeceras de cable. El pionero fue HBO, que inaugura sus emisiones por satélite el 30 de septiembre de 1975. Ruíz Fajardo, (2004).

En nuestro país, los comienzos de la televisión por cable fueron más bien desordenados. Las compañías de cable aparecieron de forma espontánea en la capital, asegura Sergio Carias, Presidente de la Gremial de Operadores de Televisión por Cable, adscrita a la Cámara de Industria. A partir de los años de 1980, Guatemala empieza a ser uno de los países donde más permeabilidad tiene la televisión por cable de toda América Latina. Según el estudio de Predatos, "Penetración y alcance de cable

del 2008”, el 81% de la población nacional tiene este servicio. En la metrópoli el porcentaje es menor que en la provincia, porque el servicio es más caro, asegura Mario Tello López, gerente de marca de Guatevisión, ya que suele ser de Q50.00 quetzales mensuales, mientras que en la capital llega a alcanzar un precio de Q. 100.00 y Q. 160.00 quetzales.

Hoy existen 513 empresas adscritas de manera legal a la Unidad de Cable, perteneciente al Ministerio de Comunicaciones, y 25 se encuentran en proceso de legalización cuenta su director José Alejandro Pérez, encargado de supervisar y controlar que no haya empresas de cable piratas, cuyo caso su función es demandarlo al Ministerio Público amparándose en la ley reguladora del uso y captación de señales vía satélite y su distribución por cable, según decreto 41-92. (Revista “D” 2009: p.18).

En Guatemala existe la Gremial de Operadores de Televisión por cable, (GRECABLE) adscrita a la cámara de Industria de Guatemala. Tuvo sus inicios como reguladora de señal en agosto del año 2002 contando con entidades de prestigio a nivel nacional e internacional. La idea es promover el acercamiento de todo el gremio de cable operadores de la república; con el fin de capacitar y velar por los intereses comunes y principalmente por los agremiados.

También existe la Superintendencia de Telecomunicaciones de Guatemala, SIT, que es un entidad eminentemente técnica dependiente del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda de Guatemala. Fundada en 1996, sus funciones principales son administrar y supervisar la explotación del espectro radioeléctrico en este país, administrar el registro de las telecomunicaciones, arbitrar controversias entre operadores y elaborar y administrar el Plan Nacional de Numeración. Debe también aplicar sanciones contempladas en la Ley General de Telecomunicaciones.(<http://www.sit.gob.gt>)

2.1.3 Canales locales de Televisión

Las redes de cables, han apoyado desde un principio el crecimiento de nuevos proyectos, los cuales forman parte de su programación diaria, siendo ésto un compromiso no sólo de la agencia de cable con sus clientes, sino también, un compromiso que contrae la casa productora con esa agencia de cable y, al mismo tiempo, con todos sus receptores, compromisos que en algunos casos, son anulados por la inestabilidad o silencio de la casa productora, al no poder cumplir las horas de transmisión por interrupciones parciales o temporales, debido a roturas y la demora para dar respuestas. TVUSAC es una muestra de lo anterior, un canal creado hace casi cinco años por la Universidad de San Carlos de Guatemala, con el objetivo de proponer espacios educativos y de reflexión, incluyendo también programas de entretenimiento, dirigidos a estudiantes y población en general, planteamiento muy bien aceptado por los artistas que vieron en él, la oportunidad de poder dar a conocer su arte.

Pudiéramos también hacer referencias a un canal, que en su salida al aire representó para muchos del monopolio de la industria de la televisión en Guatemala, su competidor número uno, es el caso del canal Guatevisión, con sus aciertos y contradicciones, se

convirtió en una imagen diferente y en un diálogo atractivo; era una narrativa que necesitaba el receptor guatemalteco. Sumando a todo esto, el contexto preciso de su salida al aire y el manejo de la estrategia para crear estas expectativas dentro de los receptores. El diseño de su imagen gráfica, la cual algunos la asociaron con UNIVISION y su calendario de programas, hicieron que muchos voltearan para ver esta nueva propuesta de canal.

En la actualidad no solo encontramos propuestas como las mencionadas anteriormente, también en las redes de cable recibimos otras acciones audiovisuales, como la de los canales de corte religioso. Estos canales como el Canal 27, tienen un diseño de programación muy bien definida y sobre todo con un balance dentro del mismo, los llamados programas enlatados enlazan muy bien con los producidos por ellos, dando como resultados un buen manejo en su paleta de color. Por lo regular en los canales denominados religiosos, el diseño de color, luces y la exigencia por lograr un buen sonido es una prioridad constante, de ésta forma pueden lograr impactar y hacer que sus programas cobren un interés muy distinto al del receptor pasivo de otros canales de televisión, estos receptores objetivos forman parte intrínseca de una propuesta que aumenta su alcance vertiginosamente.

Dentro de estos canales religiosos, es notoria la presencia del Canal 21 Enlace, el cual hace reflexionar a especialistas y críticos del medio por su variedad y lenguaje audiovisual, dinámica muy utilizada en la actualidad para colocar dentro de su programación temas muy actuales y polémicos, dirigidos no solo a los adultos, sino también para los más pequeños de la casa. El tema juvenil es un diálogo muy bien proyectado en estos canales, haciendo que estas propuestas sean verdaderas ofertas creativas, los grandes conciertos, los programas dramatizados y también de participación, son la atracción para éste tipo de público, siendo apreciado no solo por creyentes, sino por muchas otras personas que ven en ello un discurso diferente.

Encontramos una nueva propuesta de canal por cable, el nuevo medio de comunicación Canal 18-50, un canal con cierto corte juvenil, siendo su principal fuente productiva, un grupo de inquietos jóvenes los que además de estar llenos de sueños, también acentúan su compromiso. Estos creativos se preparan para presentar pequeños espacios que reflejen las expectativas de jóvenes y adolescentes, además de tópicos que serán bien recibidos por el llamado público mayor de la casa. (Vida universitaria/ Valdespino Cruz 2007).

Cabe mencionar al Canal Antigua el que incluye producciones locales como los programas Este o Este; De los 20 a los 50, entre otros. El canal es conducido por Alfred Kaltschmitt, este canal aún mantiene algunos elementos de su esencia, aunque ya no son los mismos dueños. Cuando comenzó en Antigua, presentaba información sobre esa localidad, pero su actual dueño Willy Kaltschmitt lo trasladó a la capital y cambió su enfoque, que pasó a ser "cultural" e "internacional", cuenta Anabella Campollo, productora y directora de recursos humanos del canal.

Los canales locales de las empresas de cable tienen una filosofía diferente a los de los medios de comunicación en el mercado. Según sus propietarios, buscan aportar un

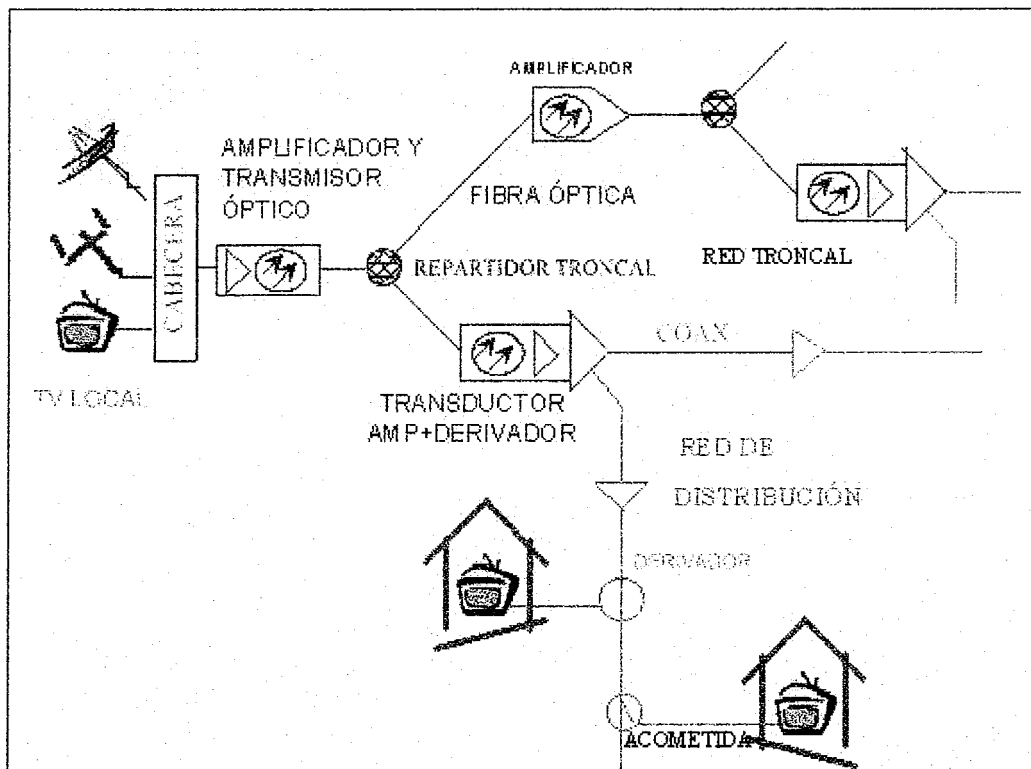
servicio a la comunidad del que hasta entonces carecían. “Los canales locales son un valor añadido de las mismas empresas” comenta Mario Tello López. Mucha gente pensaría que para poner un canal local es necesaria mucha inversión de capital; pero lo cierto es que suelen estar ubicados en pequeñas casas que no aparentan por fuera una televisora. En su mayoría han iniciado con una sola cámara de video, una computadora para editar, un cuarto que es el set con varios escenarios movibles y mucha creatividad para comenzar con los programas. Muchas veces estos canales son más vistos en la zona, desplazando a sus competidores internacionales como HBO y XEW resalta Jorge Hoffens, gerente de Canal Región en Quetzaltenango y que pertenece a la empresa de Cable Dx.

2.1.4 Diagrama de distribución de red de señal

El diseño específico de una planta o cabecera de red, depende de las funciones que se deseen, pero siempre se debe tener presente que por ser el primer elemento jerárquico en la red, esto es lo que determina la calidad de un sistema de CATV.

La señal de banda ancha de un sistema CATV consta de múltiples canales de televisión y de otros servicios originados en la estación cabecera de red. Algunas de estas señales de Tv se producen en la misma cabecera, pero la mayoría llegan a la misma a través de sistemas de telecomunicación de muy variados tipos. Las diferentes señales que pueden recibirse y retransmitirse por el sistema CATV, son:

- Canales terrestres de Televisión VHF y UHF.
- La banda de radiodifusión en FM.
- Señales terrestres de microondas
- Señales generadas localmente en la cabecera (video reproductores, telecine, generador de caracteres, generador de canal mosaico, etc.)
- Señales de un estudio de televisión propio o reportajes enviados en directo a través de sistemas de microondas portátiles. Portillo Martínez, Juan Carlos (octubre:2004)



2.2 Canal 18-50 Televisión

2.2.1 Historia

El canal comenzó como un medio de comunicación estratégico de la empresa Cable Star S. A., dejando disponible el canal 31 para transmitir la publicidad de la empresa así como de otros anunciantes y de esta forma tener el medio para transmitir actividades, promocionales, sorteos de aniversario, de fin de año etc. Y de esta forma dar un valor agregado a todos sus clientes.

Sin embargo nace la idea de independizarse desde hace aproximadamente tres años, de cable Star S.A. que es una de las muchas empresas de cable que integran la red de Intercable, logrando preparar un proyecto fresco y novedoso para poder expandirse e independizarse como canal y transmitir mejores programas y demás variedad, como puede mencionar, franja de salud, franja juvenil, política, musical, entre otros.

Además se tuvo la visión no solo de transmitir nuevas programaciones sino de grabar sus propios programas, crearlos, editarlos y hacerlos llegar a su tele audiencia. Se trazaron un objetivo a corto plazo; entrar a la cede matriz que es intercable y por medio de ella entrar a la programación de todas las cableras afiliadas del país; y de esta manera generar espacios únicos en donde se pueda explotar el talento y cultura de nuestro país, brindándole espacio y apoyo a todos los guatemaltecos que cumplan con los estándares de calidad que exige la empresa.(fuente: Erick de León).

El proyecto del canal 18-50 televisión surge como una idea de la Ingeniera Ana Silvia Fernández y el Ingeniero Erick de León de tener un medio de comunicación donde se tuviera un espacio para dar conocer los diferentes lugares de Guatemala, fomentar la cultura y ser una opción mas de entretenimiento, presentando actividades y eventos relevantes de los diferentes lugares. Y así ser un miembro más en los hogares de los televidentes.

“Un sueño en la universidad” fue lo que motivó a esta ingeniera en electrónica a crear, junto a otros amigos, el canal 18-50. (Prensa Libre Pagina 36/ 16 de mayo 2009).

Fue así como se pensó en buscar un nombre que se relacionara e identificara con nuestro país, y tomando en cuenta que el sistema de direcciones de la ciudad capital es uno de los mejores a nivel mundial se contemplo la idea de colocarle el numero de la casa donde inicio el canal que era 18-50, los colores blanco, negro eran los colores que comúnmente estaban pintados los ladrillos con el numero de cada casa, es por ello que se conservo la idea.

El proyecto se empezó a desarrollar en el año 2007 y salió al aire en julio de ese mismo año, iniciando con los programas La descarga y Aquí en Casa, además de eventos importantes que se empezaron a transmitir ya que era un año electoral y se organizaron eventos como foros, entrevistas, debates con los diferentes personajes políticos.

El canal lo conformaban siete personas entre técnicos, administrativos, conductores y dirigentes, utilizando un equipo no sofisticado pero que de cierta manera cubría las necesidades de la producción. Hoy ya cuenta con un equipo moderno y con tecnología de punta para realizar sus transmisiones.

Se inicio cubriendo algunas zonas de la capital hoy cubren un 70% de cobertura a nivel metropolitano (departamento de Guatemala) y un 60% del departamento de Sacatepéquez y se tiene proyectado continuar con la red, uno de los objetivos es que el televidente solicite el canal a su empresa proveedora de servicio y de esta forma abarcar todo el país.

Esta nueva propuesta televisiva presenta producciones totalmente guatemaltecas, además hecha por jóvenes y para un público joven en su mayoría de programas

A pesar de ser un nuevo medio de comunicación, el canal 18-50 ya es parte de los hogares guatemaltecos, con su slogan “televisión diferente” rompiendo con los paradigmas tradicionales de lo que estamos acostumbrados a ver de producción nacional y se perfila para en el futuro ser uno de los canales más competitivos en el mercado local. (Ing.Ana Silvia Fernández SigloXXI/Febrero: 2009)

El canal 18-50 da cabida a todas las ideas que lo innoven, “no quiero que sea un canal estático”(Ana Silvia Fernández), y por ello resolvió introducir de forma gratuita sus producciones locales en la web, “queremos que la gente participe e interactúe, y el mejor medio es el internet, expresa Ana Silvia Fernández una de las fundadoras.

2.2.2 Objetivos del canal

1. Manejar una imagen sólida y característica del canal que sea atractiva para la audiencia y los anunciantes.

2. Ofrecer una programación de excelencia en calidad de imagen y sonido.

Estrategia: Contar con recurso humano capacitado.

Táctica: Capacitar constantemente al personal.

Estrategia: Mantenerse actualizado en equipo tecnológico de televisión.

3. Cumplir con los estándares de calidad que exige la televisión internacional.

Estrategia: Aprender la información que brindan los canales de televisión por cable.

4. Expandir la cobertura del canal a todas las zonas de la ciudad y posteriormente, a toda la república.

Estrategia: Negociar la transmisión de nuestra programación con otras operadoras de televisión por cable.

Táctica: Presentar los programas producidos por y para el canal.

5. Satisfacer las expectativas de creatividad, calidad y cobertura para el anunciante del sector industrial, comercial y gubernamental en los espacios que brinda el canal.

6. Colaborar con el desarrollo del entretenimiento y educación de nuestro país.

Estrategia: Produciendo programas que contribuyan al enriquecimiento cultural de nuestra audiencia.

7. Que el canal sea auto sostenible.

2.2.3 Misión / Visión

Misión:

Ofrecer a nuestros televidentes una programación de excelencia en imagen y contenido, a través de un equipo especializado para satisfacer las necesidades de información, formación y entretenimiento de nuestra audiencia.

Visión:

Ser el canal nacional de televisión por cable con mayor audiencia y la mejor opción para anunciarse.

2.3 Funcionamiento

2.3.1 Horario de transmisión regular del canal -2009

hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1:00	Infantiles					Infantiles	Infantiles
1:30							
1:00	video Clips					Infantiles	Infantiles
1:30	Motovelocidad (R)	Guía 18-50	Motovelocidad (R)	Guía 18-50	Motovelocidad (R)		
2:00	La Descarga (R)					Guía 18-50	Guía 18-50
2:30							
3:00						video Clips	video Clips
3:30							
4:00	Aquí en Casa (R)					Guía 18-50	Guía 18-50
4:30							
5:00							
5:30							
6:00	Guía 18-50					Infantiles	Infantiles
6:30	video Clips						
7:00	Guía 18-50					Infantiles	Infantiles
7:30	video Clips						
8:00	Aquí en Casa (D)					Guía 18-50	Huya 18-50
8:30						video Clips	video Clips
9:00						Guía 18-50	Guía 18-50
9:30	Aquí en Casa (D)					video Clips	video Clips
10:00						video Clips	video Clips

9:30						Infantiles	Infantiles
10:00	Guía 18-50	video Clips	Guía 18-50	Guía 18-50	Guía 18-50		
10:30	video Clips		video Clips	video Clips	video Clips		
11:00	Guía 18-50	Secretos (D)	Guía 18-50	Guía 18-50	Guía 18-50		
11:30	video Clips		video Clips	video Clips	video Clips		
12:00	Aquí en Casa (R)					video Clips	Evolución (R)
12:30						Secretos (R)	A 10 X Hora (R)
13:00							
13:30							
14:00	Motovelocidad (D)	video Clips				Video Clips	Video Clips
14:30	video Clips						
15:00	La Descarga (D)					Guía 18-50	La Descarga (R)
15:30						Video Clips	
16:00						Guía 18-50	
16:30						Video Clips	
17:00	Dínamo (R)	Video Clips	Dínamo (R)	Video Clips	Dínamo (D)	A 10 X Hora (R)	Motovelocidad (R)
17:30							Video Clips
18:00	Infantiles					Evolución (R)	Guía 18-50
18:30							Video Clips
19:00	Guía 18-50	Motovelocidad (R)	Guía 18-50	Motovelocidad (R)	Guía 18-50	Motovelocidad (R)	Dínamo (R)
19:30	Video Clips					Video Clips	
20:00	A 10 X Hora (R)	De Mente Libre (D)	A 10 X Hora (D)	Secretos (R)	Guía 18-50	Guía 18-50	Evolución (R)
20:30					Video Clips	Video Clips	
21:00	Evolución (R)	Secretos (R)	Evolución (D)	Hablemos de Frente (D)	Dínamo (R)	A 10 X Hora (R)	Hablemos de Frente (R)
21:30							
22:00	La Descarga (R)					De Mente Libre (R)	De Mente Libre (R)
22:30							
23:00						Guía 18-50	Video Clips
23:30						Video Clips	

(D) DIRECTO
(R) REPRISE

Horario Actual – Abril/2010

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
15:00	La Descarga					Secretos	18-50 Música
15:30							
16:00						Hablemos de Frente	Dinamo
16:30							
17:00	Dinamo	A 10 X Hora		El Sabor de la Fama	Evolución		A 10 X Hora
17:30				Sazón Postal			
18:00	18-50 Música					Dinamo	El Sabor de la Fama
18:30							
19:00						A 10 X Hora	18-50 Música
19:30							
20:00		Evolución	A 10 X Hora	Dinamo		El Sabor de la Fama	Evolución
20:30							
21:00	Sazón Postal	Secretos	18-50 Música	Hablemos de Frente	El Sabor de la Fama	Evolución	
21:30	18-50 Música						18-50 Música

2.3.2 Cobertura del canal

Ciudad Capital:

Zona 1 Zona 2 Zona 3 Zona 4 Zona 5
 Zona 6 Zona 7 Zona 8 Zona 11 Zona 12
 Zona 13 Zona 14 Zona 16 Zona 17 Zona 19

- En San Cristóbal se transmite por la red de telecom
- En boca del monte transmite red de telecom
- En Villa Nueva a través de la red de futura Network

- En Mixco por la cadena de cable Kamisa

Sacatepéquez:

- En San Lucas Sacatepéquez se transmite por Cable Star S.A.
- En Antigua Guatemala por la red de Telecom
- En Jocotenango por la señal de futura Network
- En ciudad Vieja- señal de Telecom
- En Santa Lucía M.A. –señal de Cable Star
- En Magdalena M.A. – Señal de Cable Star

Chimaltenango:

- En Parramos por la señal de Telecom

2.4 Programación Regular del Canal

2.4.1 Producción del canal

“Dentro de los diferentes proyectos para la programación, la actual oferta de canales de televisión, en diferentes soportes técnicos como VHF, UHF, cable DTH, obliga cada vez más a realizar diferentes proyectos, que satisfagan las expectativas diferenciales que la audiencia elabora frente a la enorme oferta que existe”. Fuenzalida (2000)

Hay tres clases principales de programas de televisión: en vivo, cinta y filmados. Los que son en vivo se transmiten directamente de la escena de la acción al espectador y por lo general no están sujetos a ensayos ni pasan por la fase de edición; pueden ser acontecimientos deportivos, desastres nacionales, programas de preguntas o convenciones políticas, competiciones de toda clase, por lo general corren a cargo de unidades portátiles.

La mayoría de los programas o en los estudios de televisión que los producen en cinta (video tape).

El mejor método de ver el proceso de producción de los programas es seguirlo a través de sus diversas etapas. Cualquier espectáculo sea cual fuere su importancia o tamaño, empieza con una idea, que puede nacer ante una taza de café o producirse a las tres de la madrugada en la inquieta mente de un productor insomne, puede nacer de muchas formas, un comentario, una noticia, una experiencia. Cualquiera que sea su origen o su autor, si se ve que tiene posibilidades de llegar a ser un programa de éxito, terminara discutiéndose en la mesa de conferencias dedicada a ello. Los escritores, directores y productores son quienes tienen más ideas sobre programas nuevos, están familiarizados con el valor que tienen los diversos programas; saben por experiencia lo que el auditorio prefiere, conocen las limitaciones y ventajas de la televisión. Coombs (1968)

Animación 3D:

Omar Cruz es el encargado de darle un valor agregado a cada uno de los programas, ya sea en animación 2D o 3D: "Diseño imágenes con tendencias actuales y dinámicas". Añade que un buen resultado depende de una excelente propuesta y del tiempo de realización con el cual se cuenta. Según este técnico, en realización cinematográfica y productor digital de televisión, lo importante de toda animación es "comunicar una idea, sin necesidad de abusar de los efectos gráficos" y no competir con el contenido del programa. (Prensa libre, mayo:2009).

Cristhian Tejed y Alejandro Contreras son los encargados de mantener en funcionamiento esta nueva plataforma: televisión por internet, y así lograr que la página trabaje sin problemas técnicos, también deben actualizarse constantemente los contenidos del sitio y de esta forma velar por la efectividad de la imagen visual. Actualmente esta edición televisiva adquirió mucho auge, ya que los espectadores tienen un contacto directo que les permite la retroalimentación, la cual es medida a través de la participación de los blogs, correos, comentarios, entre otros. (Prensa libre mayo:2009)

Actualmente, el canal 18-50 cuenta con seis productores quienes producen trece programas nacionales, transmitidos en los diferentes horarios.

Claudia Castellán es la productora de aquí en Casa, secretos y otros programas en el canal 18-50, su pasión por la producción y el cine, la ha hecho buscar oportunidades en producciones guatemaltecas, como las realizadas por casa comal. Actualmente desarrolla varios proyectos en el canal, también interviene como editora o camarógrafa cuando así se requiere. Hacer programas con un enfoque juvenil le ha facilitado la ejecución de las ideas, porque puede evidenciar un poco de su personalidad. Página 36: Prensa Libre, (mayo: 2009).

Como Director General, Jeffree Carvajal debe convertir las limitaciones del canal en verdaderas oportunidades. Para Carvajal, un presupuesto limitado, poca cobertura, o los prejuicios, no han sido impedimentos para realizar trabajos de calidad.

Programas Actuales:

La Descarga



Conductor: Andrea Henry

Horario: Lunes a Viernes de 3:00 PM a 5:00 PM

Sinopsis: Es un programa juvenil que se transmite todos los días de 3:00 a 5:00 de la tarde, durante este tiempo se presenta los videos solicitados telefónicamente o por correo electrónico, durante el programa se habla del tema del día, noticias de los artistas, y presentan nuevos videos. Además del segmento que anuncia los espectáculos del momento, junto a sus invitados.

Andrea Henry, la conductora de este programa, se siente identificada con su trabajo porque tiene una programación fresca y novedosa, a los diecisiete años inicio a conducir el programa en este canal, además es locutora del programa El circo del rock y cursa su tercer año en ciencias de la comunicación. Según Andrea, este trabajo le ha permitido madurar como persona y como profesional, "uno se da cuenta que estas oportunidades no van y vienen" (Prensa libre.Pagina:37).

Secretos

Conductor: Sheyla Berges
Horario: Martes 11:00 AM

Secretos es un programa que propone un lugar de reunión para tratar temas de interés que la mujer de hoy no debe pasar por alto. Un punto de encuentro con profesionales donde podrán resolver dudas del tema a tratar. En este programa los y las televidentes tendrán la palabra.

A 10 por Hora

Conductor: Jorge Laguardia
Horario: Miércoles 8:00 PM

Sinopsis: Un tema, 10 videos. Jorge Laguardia presenta un recorrido por los mejores videos del tema que el público elija, además presenta cada semana un lugar turístico de Guatemala, entrevistas, reportajes etc.

Dinamo

Conductor: Alex García

Horario: Jueves 8:00 P.M.

Sinopsis: Energía positiva con video clips del mejor género musical de todos los tiempos: el rock. Además entrevistas, arte, nuevos grupos guatemaltecos, música y temas interesantes.

Hablemos de frente



Conductor: Lic. Alberto de Aragón

Horario: Jueves 9:00 PM, Martes y Domingo 9:00 PM (Reprise)

Sinopsis: Este programa tratará los temas políticos y sociales más relevantes del país, discutiéndolos y proponiendo soluciones. Esta dirigido por el Licenciado Alberto de Aragón en una discusión de frente, con los protagonistas de los temas más interesantes de la actualidad.

Sazón Postal



Horario: Lunes 9:00 p.m.

Repetición: Sábados 2:00 p.m. y 7:00 p.m.

Conductor: Enrico Ferrulli

Sinopsis: Desde distintos puntos de Guatemala, conoce las especialidades de las comidas de los hoteles turísticos, restaurantes y lugares en Guatemala, en compañía de quienes los manejan.

Es un programa que se trasmite una vez a la semana, que visita la cocina y área de comida de cada lugar. Un chef que viaja hasta esos puntos y prepara platillos dinámicos, junto a los gerentes administrativos de cada hotel.

Todo esto durante una interesante entrevista mientras se prepara el platillo, que luego en un área del hotel, invitados y amigos disfrutarán para finalizar el programa.

El Sabor de la Fama



Horario Viernes 9:00 p.m.

Repetición: Sábado 2:30 p.m. y Domingo 11:30 p.m.

Sinopsis: una cocina industrial, un chef profesional y un invitado particular son los ingredientes suficientes para aprender junto a ellos, los mejores secretos de cocina.

Programa que se transmitirá tres veces por semana, que desde una cocina industrial, con mucho movimiento, se enseña al público a preparar paso a paso los mejores platillos gourmet.

Además, el público no aprende solo, ya que en cada programa hay un invitado, figura pública, que junto al televidente, aprende del chef profesional el proceso de cocinar cada platillo.



Arcadia:

Horario:

Conductor: Tomás Gálvez

Este programa presenta los mejores mundos virtuales, conociendo trucos, noticias y lo más reciente de los videojuegos favoritos.

Arcadia es un programa de televisión dedicado a la presentación y análisis de videojuegos. Se transmite en diversos horarios en el canal 18-50 de Guatemala. Es conducido por Tomás Gálvez.

Arcadia 1850 es el único programa de naturaleza enfocada a los videojuegos que se produce en Guatemala. Cada uno de los episodios se desarrolla en diferentes secciones, que se incluyen o no conforme el tema que se esté tratando. Esto muestra la flexibilidad del programa respecto a su estructura.

De igual forma, la dinámica de la conducción es flexible, a pesar de estar fundamentada en una estructura definida, el conductor eventualmente le imprime fluidez al programa apartándose del guión, utilizando un lenguaje sencillo, coloquial, utilizando expresiones propias del público objetivo. El tiempo de duración de cada episodio es de 30 minutos, incluyendo pautas comerciales y publicidad propia del canal.

Una característica importante es el alto nivel de interacción con el público televidente, soportado por la plataforma web 2.0 que presta la página del canal.

El programa puede ser seguido por internet¹ en tiempo real, y también por diversos proveedores de televisión por cable.

Cada episodio se divide indistintamente en varias secciones que eventualmente se presentan en diversos órdenes y frecuencias, conforme la naturaleza del tema que se está desarrollando.

Segmentos:

- **La Reseña:** que muestra información relacionada con el juego que se está comentando en el programa y que es objeto de la atención especial por parte del presentador. Se muestra información relacionada con el fabricante, consolas objetivo, grupo de jugadores al que va dirigido, características de la jugabilidad, respuestas de los controles, calidad gráfica y evaluación del trasfondo de la trama. Esta sección es utilizada también por el presentador para emitir su opinión personal con respecto al juego.
- **La Recomendación de Aries:** en donde se presenta un juego específico, mostrando sus pros y contras de tal forma que el televidente tenga la información necesaria para tomar la decisión de adquirir o no el juego en cuestión.
- **FM Juegos:** sección dedicada a la apreciación de la banda sonora de un juego, presentando la recepción del público y los artistas involucrados en la ejecución de la música.
- **Retro:** es la misma estructura que la sección de Reseña, pero dedicada a juegos más antiguos que tuvieron algún impacto en la sociedad, o bien, representaron una innovación tecnológica sentando un precedente para títulos más recientes.
- **Versus:** pretende evaluar dos títulos que sean similares o tengan características comparables entre ellos, de tal forma que se pueda definir las ventajas de uno sobre el otro. En esta sección también se han realizado comparaciones entre dos personajes de juegos diferentes.
- **Jueglosario:** tiene el objetivo de definir el significado de ciertos términos del mundo de los videojuegos, tales como acrónimos, expresiones y la interpretación de palabras en otros idiomas.

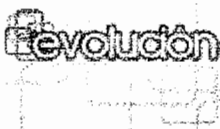
Arcadia es un programa transmitido una vez a la semana, que toca noticias, actualizaciones y secretos de los videojuegos de la actualidad. Se reciben sugerencias del público vía e-mail, además de usar este medio para las votaciones que darán paso a la sección del juego del mes.

Lo paranormal: 

Horario de transmisión: viernes 8:30 P.M.

Conductor. Mauricio Cruz

Este programa ha sido de los pocos en Guatemala, que presentan las historias y leyendas de lo que ocurre en muchos lugares del país, por ejemplo la historia de las capuchinas en Antigua Guatemala. Cada semana se visita un lugar diferente con una historia que desencadena ciertos mitos o realidades que siguen sucediendo con el paso del tiempo.



Conductora: Irene Méndez
Horario de Transmisión: Martes 20:00 horas

En este programa semanalmente se presenta la biografía de un artista y la evolución que ha tenido a lo largo de los años, en todos los aspectos, imagen, discografía, géneros musicales entre otros. Durante el programa se presentan los mejores videos.

Los Programas más recientes:



Este programa muestra la música, arte y cultura alternativa; mostrando nuevas propuestas en un espacio en donde la irreverencia y lo casual son los principales componentes, para tener un espacio único para los que gustan de este género.

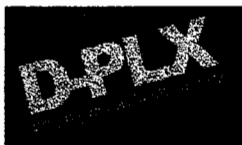
Música, arte y cultura alternativa; Poncho y Rodrigo te mostrarán



**A pepito le Paso:
Conductores: Lissette y Fernando**

Este es uno de los programas mas recientes que tiene el canal, y trata de llevar al aire los temas que normalmente nos atrevemos a tratar, junto a los conductores y especialistas en la materia.

Son temas que normalmente los jóvenes tienen curiosidad por conocer y a la vez expresan su opiniones o puntos de vista.



Conductor: Milo Ramírez
Horario de Transmisión: Miércoles 17:00 horas.

En este programa se ha creado un espacio para conocer lo mejor de las actividades escolares, fiestas, encuentros deportivos y mucho más. Disfrutar e todo el tiempo libre y las actividades mas relevantes en el ámbito estudiantil.

Programas fuera del aire:

De Mente Libre

Horario: Miércoles 9:30 PM,

Sinopsis: Este programa daba a conocer los mejores lugares, eventos y conciertos durante la noche. La idea era presentar un programa para quitar el estrés... divirtiéndose en los lugares más populares del momento. Dejo de transmitirse en el año 2009.-

The couch Artist show

Horario: Miércoles 9:00 PM

Sinopsis: Mira desde una forma introspectiva la vida de los artistas nacionales e internacionales, presenta entrevistas, conciertos, y los mejores eventos del año.

“Mientras las imágenes de la cámara son recogidas y transmitidas en una frecuencia, los sonidos que recoge el micrófono son procesados en otra”

Aquí en Casa



Conductores: Irene Méndez y Mauricio Cruz
Horario: Lunes a Viernes de 8:00 AM a las 10:00 AM

Sinopsis: En este programa se presentaba todas las mañanas, con nuevas ideas, consejos y proyectos que embellecen la vida de las televidentes, así como los mejores tips de belleza, salud, recetas prácticas, fáciles y divertidas para compartir con la familia. El programa estaba dividido en segmentos de diferentes proyectos manuales, velas, arreglos florales, pintura entre otros.

2.4.1.1 PROCEDIMIENTO PARA PRODUCCION DE PROGRAMAS EN SET

QUIEN LO HACE	COMO Y CUANDO LO HACE
Productor	Crea la idea y nombre para el programa, realiza un bosquejo del proyecto.
Productor	Crea un arte preliminar con el diseño del set para el programa y presupuesto de costos de realización.
Productor	Hace una presentación del proyecto al Director del Canal.
Director de Canal	Evalúa el proyecto, y si lo cree factible autoriza al Productor para realizar un casting para elegir al conductor.
Productor	Realiza el proceso de divulgación y evaluación de los conductores que se presentan a casting.
Productor	Elige uno o dos candidatos para conductores del programa y graba un programa piloto con cada uno.
Productor y Director	Presenta a la Gerencia del Canal para evaluación y autorización del proyecto.
Gerencia del Canal	Evalúa el proyecto y autoriza o rechaza el programa.
Productor	Al ser aprobado el proyecto, crea las ideas para las entradas y salidas del programa junto con los cintillos y todo material gráfico para el programa.
Departamento de Diseño	Solicita al Departamento de Diseño la creación de los artes gráficos.

Productor	Realiza los Diseños solicitados y traslada nuevamente al productor para revisión y aprobación de artes.
Productor	Solicita autorización al Director del Canal el día de grabación y transmisión del programa.
Productor	Solicita el equipo y el personal necesario para la producción del programa en set.
Productor y Director de Canal	Realiza el guión para el programa
	Realiza una reunión semanal con todo su equipo de trabajo para evaluar el programa.

El canal actualmente maneja una cantidad pequeña de publicidad la cual va dirigida al sector donde este se presenta y realiza diferentes spot o promocionales de los diferentes programas.

2.4.1.2 PROCEDIMIENTO PARA PRODUCCION DE CAPSULAS O SPOTS

QUIEN LO HACE	COMO Y CUANDO LO HACE
Director del Canal	Establece si la cápsula o el spot es propio del canal o si es pagado.
Director del Canal	Asigna un productor y un Editor para la realización del material.
Productor	Deberá guiarse por el guión entregado por el cliente si es una cápsula o spots externo, o por el guión hecho por el Director de Producción si es interno
Productor	Realiza un listado del equipo necesario para la producción y lo entrega al Director de Producción.
Director del Canal	
Productor	Realiza presupuesto de costos de realización.
Departamento de Diseño	Solicita al Departamento de Diseño la realización de los artes gráficos que se utilizaran el

Productor	material. Realiza los Diseños solicitados y traslada nuevamente al productor para revisión y aprobación de artes
Director de Producción	Presenta al Director de Producción los artes para revisión y aprobación.
Director de Producción	Revisa los artes y aprueba o rechaza los diseños.
Productor	Asigna fecha de Realización del Material y fecha de entrega. Realiza la producción del material y cumple con la fecha de entrega.

2.4.2 Programas enlatados

En el lenguaje de televisión, un “enlatado” es un programa pre grabado generalmente utilizado para llenar los espacios vacíos de la programación diaria.

Al inicio el canal 18-50, utilizaba programas enlatados de otras cadenas de televisión para cubrir el espacio y horario requerido. Sin embargo meses atrás logra expandir su programación, para presentar producción realizada por el propio canal. Lo que actualmente se utiliza para cubrir esos espacios, son videos musicales y algunas series de dibujos animados, que se incluyen en la programación diaria.

2.5 Área administrativa del canal

Administración: Es la actividad por la cual se obtienen determinados resultados por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano. La que cuida los intereses de una empresa u organización.

Organiza y ordena las gestiones y los servicios de una empresa, dependiendo de sus leyes y políticas.

2.5.1 Personal

Dentro del área administrativa esta el departamento de recursos humanos que maneja el equipo de trabajo del canal 18-50; y para un mejor funcionamiento se crearon diferentes manuales, entre ellos están: manual de ética empresarial, manual de puestos y funciones, manual de procesos.

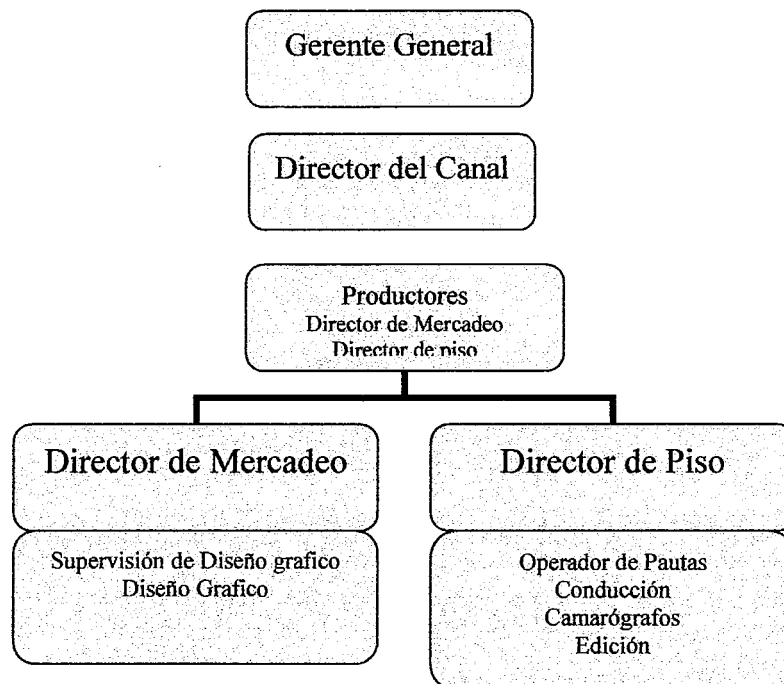
El propósito de la implementación de los manuales, es servir como una guía de procedimientos para todo el personal que labora en cada una de las secciones de la empresa, y de esta manera propiciar un buen desempeño en los sistemas de trabajo, métodos y medio y la alta Gerencia, ayudándolos a identificarse con sus funciones y atribuciones. Los manuales organizacionales no solo benefician a los colaboradores y a la empresa sino también a los clientes, ya que esto mejora los rendimientos de trabajo, los tiempos de entrega, la calidad en los servicios y convierte los procesos en técnicas mas claras, específicas y eficaces. (Licda.Marielos López)

Manual de Puestos y Funciones

Es uno de los mas importantes para el desarrollo de las empresas, porque provee una guía general necesaria para el cumplimiento de funciones, ya que en el se encuentra una herramienta de trabajo al alcance de todos, pues son especificaciones de lo que se hace en todas las áreas de la empresa, sus procesos, responsabilidades, obligaciones y el perfil acorde que se necesita de cada uno de los empleados de la empresa para poder desarrollarse en ese puesto.

El objetivo general de este manual de puestos y funciones, es propiciar el mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales, haciendo una plataforma para la comunicación interna y de esta manera evitar la duplicidad del trabajo y repetición de instrucciones, ayudando a un mejor aprovechamiento del tiempo y esfuerzo de las actividades.(Furlán, Enríquez:2007)

Organigrama general de integración de puestos canal 18-50 T.V.



A continuación se presenta la descripción del puesto de Director de Canal y Editor, como un ejemplo de las especificaciones que solicita la institución para el desempeño de cada puesto de trabajo.

Título del puesto	Director de Canal
Ubicación Administrativa	Alta Gerencia
Superiores	Gerencia General
Subalternos	Director de Mercadeo, Director de Piso

Naturaleza del puesto:

Es un puesto de Alta Gerencia, que tiene como responsabilidad recopilar la información de las actividades de trabajo de todos los departamentos del canal, para analizar y evaluar la situación del mismo.

Atribuciones del Puesto:

- Estudiar los proyectos y evaluar los perfiles de los programas
- Se relaciona con Gerencia para aprobar los aspectos técnicos y financieros de los programas.
- Requerir de mercadeo un estudio de aceptación
- Autorizar canjes
- Definir la programación del canal
- Definir estrategias para incorporar nuevos programas e innovaciones creativas al gusto del televidente
- Evaluar y aprobar los proyectos de publicidad del canal
- Supervisar la ejecución de programas de filmación, edición, transmisión.
- Aplicar un sistema de mejora continua en la programación del canal, solucionando de inmediato las fallas y previene imprevistos en la programación.
- Participar en negociaciones para alcanzar las coberturas deseadas.
- Efectuar informes mensuales de la situación de la empresa al Gerente General

Relaciones del Puesto

Relacionarse directamente con Director de Mercadeo, Director de Diseño y publicidad, Director de Piso, Tráfico.

Relaciones Públicas con clientes, proveedores, medios de publicidad, artistas, gobierno e instituciones.

Responsabilidades:

- Responsable que se cumplan las cláusulas del convenio interno de trabajo, para ambas partes, empresa y trabajadores.
- Responsable por cumplir con las normas de trabajo y procedimiento de seguridad establecidos en el reglamento interno de trabajo.
- Controlar que se cumplan los estándares de la calidad establecidos en el sistema de televisión
- Planificar la programación del canal con un mes de anticipación y transferirlas a las áreas correspondientes.

Requisitos del Puesto:

Conocimientos:

- Ser estudiante activo o con licenciatura en Ingeniería de Medios de Comunicación y/o Mercadotecnia.
- Tener destreza en informática y equipo de televisión, utilizando los programas de Excel, Word, televisión por Cable.

Experiencia:

- Tener experiencia mínima de dos años en la administración y dirección de operaciones de empresas de comunicación en Tv.

Habilidades y Aptitudes

- Tener conocimientos del idioma ingles
- Tener habilidad en el manejo de herramientas, instrumentos y equipo de televisión.
- Tener mando de liderazgo
- Tener buenas relaciones interpersonales.

Título del puesto	Editor
Ubicación Administrativa	Nivel Operativo
Superiores	Director de piso
Subalternos	Camarógrafo y conductor

Naturaleza del puesto:

Es un puesto de nivel operativo, que tiene como responsabilidad el análisis, supervisión de las imágenes, sonido e iluminación de las grabaciones del canal.

Atribuciones del Puesto:

- Verificar la calidez de luz, sonido, secuencia, etc. De los programas y anuncios.
- Editar las grabaciones de acuerdo a los requerimientos, según el tipo de programa o anuncio.
- Verificar que cada programa o pautas de Tv. Cumplan con los estándares de calidad que exige la empresa.

Relaciones del puesto:

Relaciones internas con el Director de Piso, Camarógrafo. Relaciones Externas, con los clientes y proveedores.

Responsabilidades:

- Responsable de diseñar y mantener una videoteca del canal.

Requisitos del Puesto:

Conocimientos:

- Tener estudios a nivel académico de bachillerato
- Ser estudiante activo en la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación, Publicidad o carrera afín.
- Tener conocimientos en el manejo de cámaras de grabación y equipo de edición.

Experiencia:

- Tener mínimo un año de experiencia en filmación, grabación y edición.

Habilidades y Aptitudes:

- Manejo de Herramientas y equipo de Edición.
- Responsable y Analítico
- Capacidad para trabajar bajo presión

Manual de Ética Empresarial

El objetivo general de este manual es puntualizar de forma clara las normas de ética y valores que “18-50 Televisión Diferente” lleva a la práctica.

Además de desarrollar una cultura organizacional de ética y valores dentro de la organización del canal con el fin de promover confianza con los clientes. Furlán Enríquez (2007)

Los principios éticos que toda persona debe practicar al formar parte de la institución son: secreto profesional, igualdad, discreción, lealtad; así como los valores de la honradez, responsabilidad, honestidad, comunicación y respeto.

Manual de Procesos

“Un manual de procesos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, de dos o más de ellas”. Furlan Enríquez (2007: p.68).

El manual de procesos del canal de televisión 18-50 es un documento técnico administrativo que indica los mecanismos necesarios para que la empresa cuente con un control interno de bienes y servicio en todas las áreas, asimismo presenta de forma integral y ordenada cada uno de los pasos a seguir en la operación y registro de los procesos necesarios para llevar a cabo sus actividades principales.

Ejemplo:

Formulación de orden de Trabajo

Se recibe la orden de trabajo por parte del ejecutivo de producción en el departamento de diseño y se ingresan los datos de la misma en una tabla de Excel, el cual se lleva a control de las mismas y se archiva.

Objetivo del Proceso:

Mejorar el control de los trabajadores a realizarse en el área de diseño. Tener un archivo en el cual se pueden ingresar y descargar ordenes de trabajo, como documentos de supervisión del estado de los trabajos en el área de diseño, teniendo en el la fecha en que fue emitida, de que cliente va el trabajo a realizarse, un dead line en el área de tiempo.

Normas del proceso

- la orden tiene que ser entregada al departamento de diseño en la fecha en que fue realizada

- debe contener los datos completos que el documento exige en su encabezado
- debe ir una original y una copia, la cual será firmada por el departamento de diseño.
- Debe ser impresa con fólder de referencias o material de apoyo adjunto.

Descripción de proceso:

El proceso inicia con la realización de la orden por parte de la ejecutiva a cargo del proyecto. Este entrega al encargado o encargada del departamento de diseño.

Formulación de orden de trabajo

No.	Actividad	Responsable
1	Realización de la orden trabajo por parte del Encargado del proyecto	Director del canal
2	Recibe la orden de trabajo encargado en el Departamento de trafico	Director de Diseño
3	Analiza y revisa todos los datos del documento	Director de diseño
4	Archiva en la pc, cargando al sistema de Trafico del canal.	Director de Diseño
5	Entrega la orden al departamento del diseño	
6	El encargado de diseño recibe y aprueba la orden	Director de Diseño
7	El encargado de diseño notifica a la persona Encargada que la orden ha sido o no aceptada y que será trabajada o no.	Director de diseño.

2.5.2 financiamiento

Actualmente el canal esta siendo financiado por la empresa Cable Star S.A., además se realiza canjes publicitarios con algunas instituciones y medios publicitarios.

También se contempla la aportación que la sociedad anónima realiza, para cubrir el presupuesto generado por el canal de televisión.

2.5.3 reglamento interno del canal

Reglamento: colección ordenada de reglas o preceptos, que por la autoridad competente se da para la ejecución de una ley o para el régimen de una corporación, una dependencia o un servicio.

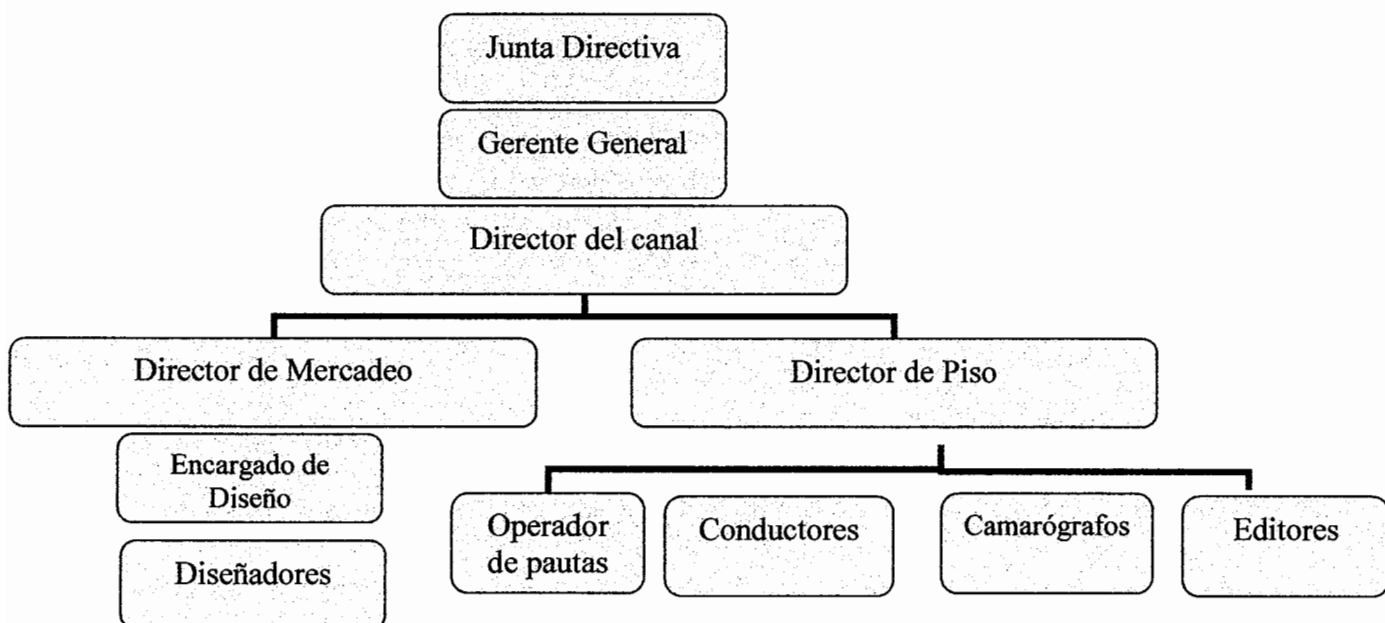
NORMAS Y PROCEDIMIENTOS DE TRABAJO

1. NORMAS ADMINISTRATIVAS

1. En las instalaciones del Canal (Oficinas y Áreas de producción y grabación) solo puede permanecer el personal que labora y presta sus servicios. Está prohibido permitir que personas ajenas al canal permanezcan dentro de sus instalaciones.
2. Todo el personal debe respetar las áreas restringidas de acceso dentro del canal.
3. Los invitados, artistas, clientes y proveedores deben ser registrados en la bitácora de visitantes, quienes deben permanecer en sala de recepción mientras esperan ser atendidos y conducidos por la persona encargada y/o responsable.
4. No se permite la visita y el acceso de familiares y amigos dentro de las instalaciones del canal.

Los acompañantes de los invitados de los programas deben esperar en la sala de producción o Recepción

2.6 Organigrama general del canal



2.7 Marketing / Publicidad del canal

Actualmente la institución no cuenta con un departamento específico de marketing o publicidad, para realizar el trabajo de promoción del canal 18-50; sin embargo el departamento de diseño ha desempeñado hasta ahora esta labor.

La publicidad juega un papel importante en el desarrollo de la organización, ya que de ello dependerán los ingresos que puedan percibirse, los canjes publicitarios o negociaciones que puedan lograrse, así como dar a conocer su programación a través de las diferentes empresas cableras a nivel nacional.

Según Juan Pablo Duarte actual director del canal, para dar a conocer un medio de comunicación como el que el dirige es necesario tener las siguientes herramientas publicitarias:

2.7.1 Página Web

La página individual de una publicación en línea con la World Wide Web, llamado sitio Web, los sitios constan de una o mas paginas y permiten a las personas o a las compañías dar información y servicios al público, por medio de internet.

Este sitio Web es el lugar donde los clientes, prospectos y otros interesados en la compañía pueden encontrar más información sobre ella, sus servicios, su misión etc.

Las empresas lo utilizan como un folleto que promueven sus bienes y servicios.

Los sitios constan de una página principal de inicio o menú y de un número indefinido de páginas subsecuentes que los usuarios visitan si desean tener más información, un sitio extenso puede tener cientos de páginas de información.

El canal 18-50 cuenta con una página Web, en donde se puede encontrar toda la información sobre el medio de comunicación, programación, horarios, repetición de programas, avances, interactuar con los conductores, etc. Esta página es www.18-50tv.com.

2.7.2 Banners / Vallas publicitarias

El banner es un pequeño anuncio que se extiende desde la parte mas superior o inferior de la página, actualmente el canal no cuenta con vallas publicitarias, al inicio formaron parte de la estrategia publicitaria. En la actualidad el canal utiliza banners para diferentes eventos, centros comerciales y actividades publicitarias.

2.8 Nuevos Medios

2.8.1 Medios digitales interactivos

Son canales electrónicos de comunicación que permiten a la audiencia participar en forma activa e inmediata como ejemplo el Internet, que no es más que una red mundial de sistemas de cómputo que facilitan la comunicación electrónica global a través de una computadora.

Hablar de la televisión era de lo que decía la televisión; era comentar las ediciones, los programas. Hoy nos vemos obligados a reflexionar sobre la televisión como herramienta, como instrumento tecnológico, en la medida en la que este experimente dos grandes transformaciones.

La primera gran transformación es la que se denomina digital, es decir la que se deriva de los progresos realizados en materia de transmisión en lo que respecta al envío de señales. La transformación de la televisión nos es más que la cara visible de este fenómeno que denominamos multimedia. Si la televisión, con la que tenemos una relación desde hace decenios, esta modificándose es porque el campo general de la comunicación se ha transformado, cierto número de progresos tecnológicos, han modificado completamente el campo de la comunicación.

Esta convergencia de nuevos medios de imbricación existentes, desarrolla un mundo que es comunicacionalmente diferente.

A todo esto ha venido a añadirse el fenómeno del Internet que permite no solo a la vez conexión de todos los ordenadores, sino la realización de prácticas hasta hoy como el correo electrónico, la posibilidad de consultar bancos de datos, crear fotos, grupos de discusión, sitios culturales, galerías comerciales, hacer compras, etc. Este ha sido el fenómeno sociológico más importante del final del siglo XX.

Multimedia es el crecimiento de tres medios muy fuertes; la televisión, el teléfono y el ordenador. Multi significa mucho y media que quiere decir más de un medio, en forma sencilla, multimedia es una aplicación o presentación basada en una computadora y combina dos o más de los elementos siguientes:

Texto, sonido grabado y música, imágenes fijas, video, animación entre otras.

El Internet está compuesto de varios sectores que ofrecen diferentes funciones, posibilidades de hacer cosas diferentes; una de estas posibilidades es la web o la red. Para situar este crecimiento a finales de 1996, se estimó la cantidad de correo postal que circula a través de las compañías de correos a nivel mundial.

El inglés es la lengua dominante de la Internet. El 82% de las páginas Web son en inglés, porque es la lengua internacional pero sobre todo por razones históricas, Internet viene de América y Estados Unidos fue el primer usuario, así como el primer productor de información. Ramonet (2002)

Lo importante de una tecnología no es la propia tecnología sino la manera en que nosotros, los seres humanos, nos expresamos a través de la concepción de esas tecnologías y como después nos las apropiamos. Guedón (2002)

En estos tiempos todos quieren ser críticos, con Facebook y Twitter, hay una circulación constante de comentarios on line durante los programas de televisión y eventos como los juegos olímpicos o la entrega de los Oscar, donde los espectadores hablan con sus televisores e inician diálogos con otros que están viendo el mismo programa. Esta galería de críticos habilitada digitalmente está cambiando la televisión. Las personas quieren vincularse entre sí, y este tipo de conexión lo permite, incluso con quienes

parecerían inalcanzables, la mayoría del ámbito político.”El poder de las masas
“(Prensa libre pag.2.abril:2010)

El gran reto de todo medio de comunicación en estos tiempos es entrar a la red por medio del Internet y ser vistos por los usuarios y de esta forma ofrecer una gama de oportunidades de comunicación directa y mantenerse a la vanguardia.

2.8.2 Web 2.0

El término fue utilizado para referirse a una segunda generación en la historia del desarrollo de tecnología Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil y eficaz de información entre los usuarios de una comunidad o red social. La Web 2.0 es también llamada web social por el enfoque colaborativo y de construcción social de esta herramienta.....

“La Web dos (punto) cero podría definirse como la promesa de una visión realizada: la Red –la Internet, con mayúscula o minúscula, que se confunde popularmente con la propia Web– convertida en un espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento. Con minúsculas porque nace de la propia acción social en interacción con un contexto tecnológico nuevo. Esa promesa se hace más real y cercana si cabe en el actual contexto socio técnico en permanente proceso de transformación” Jumeró/Roca (2007).

Es en ese escenario, en el que interactúan lo social (cómo y dónde nos comunicamos y relacionamos) y lo tecnológico (nuevas herramientas, sistemas, plataformas, aplicaciones y servicios) provocando cambios de lo uno sobre lo otro se trata, por tanto, de un proceso emergente, es decir que se prevé que seguirá cierta evolución temporal más allá de ocasionales “explosiones” más o menos llamativas. Y se le supone un carácter emergente, lo cual, sin necesidad de profundizar en detalles, significa que nos enfrentamos al análisis de un fenómeno “caótico” que se forma a partir de la dinámica propia de un sistema “viviente”, como puede ser la Red, Internet. Ese proceso aparece caracterizado socialmente por una serie de fenómenos multifacéticos, como es el caso de los blogs, el de los servicios online vinculados a las redes sociales y su gestión, o todo el universo de servicios, aplicaciones y nuevos usos sociales que se generan a su alrededor. Beelen (2006). De la misma manera que la retórica del cambio de versión se ha extendido hasta el extremo con la incorporación “2.0” a casi todo aquel concepto relacionado con el original a modo de apellido haciendo que apareciera caracterizada ya en los medios la *Vida 2.011*, en la propia Red podemos ver como se añade el apelativo de “social” a casi cualquier aplicación o servicio que gire en torno a las características propuestas como propias de la Web 2.0, llegando a ser calificada ésta como Web Social. Es, de hecho, la red social la estructura sociotécnica que emerge como forma orgánica sobre la que se observan nuevos patrones de uso de las

info tecnologías en el NET. Una estructura que se impone en todos los ámbitos (personal, laboral/profesional, empresarial o educativo) empujándolos hacia un punto incierto de convergencia. Y con capacidad de autoorganización suficiente para dar cabida a la innovación de usuario como motor de un cambio continuo y sostenible. Revista Producción y Distribución (Año: 2007).-

2.8.3 Blogs

“Un blog constituye una herramienta de colaboración asincrónica que permite que cualquiera pueda expresar ideas y poner contenidos a disposición de otros en la Web de una manera sencilla, a modo de diario de a bordo, aunque se escriba con la regularidad que se desee” Orihuela (2006).

El término "blog" fue acuñado por Jorn Barger en 1997

Definición de blog

Es una página Web sencilla consistente en unos párrafos de opinión, información, un diario personal, enlaces, organizados cronológicamente desde el más reciente al primero que se publicó.

La estructura de un blog

Tiene lo siguientes elementos:

- **El post o entrada:** La parte principal en la que le autor escribe el texto según la finalidad que le de a su blog (diario personal, opiniones, noticias...).
- **Comentarios** de los visitantes del Blog. La mayor parte de los blogs permiten a los visitantes realizar y dejar publicados comentarios para cada entrada o post. La interacción entradas- comentarios. Representa todo un sistema de comunicación con los lectores que dejan sus impresiones y enriquecen el post.
- **Su temporalidad.** Fijada en hora, día, mes para cada post y ligada a la inmediatez de su publicación.
- **Su clasificación:**
 - **Temporal:** la clasificación de las entradas por semanas, meses, años...
 - **Temática:** clasificada a través de etiquetas y por palabras clave que se asimilen a potenciales búsquedas.

2.8.4 Comunidades virtuales

La idea de comunidad ha sido el corazón de la Internet desde sus orígenes. Durante muchos años, los científicos han utilizado la Internet para compartir datos, cooperar en

investigaciones e intercambiar mensajes. En esencia, los científicos formaron comunidades de investigación que existían ya no en un terreno físico sino en la Internet. En los últimos años, millones de usuarios de ordenadores de todo el mundo han comenzado a explorar la Internet y servicios comerciales online. Lameiro y Sánchez (1998).

Muchos han pasado a integrar algunas de las comunidades que han surgido para satisfacer las necesidades del consumidor en materia de comunicación, información y entretenimiento.

2.8.5 Aldea global

“Es un término acuñado por el sociólogo canadiense Marshall McLuhan en 1967, en su libro *The Medium is the Message* (El medio es el mensaje). Este concepto se refiere a la idea de que, debido a la velocidad de las comunicaciones, toda la sociedad humana comenzaría a transformarse, y su estilo de vida se volvería similar al de una aldea, no puede separarse de su concepción acerca de cómo la presencia y ante todo la utilización de los medios de comunicación tienen efectos sobre la forma en que los hombres se relacionan entre sí y con la manera en que conciben el mundo. Esto es, debido al progreso tecnológico, todos los habitantes del planeta empezamos a conocernos unos a otros y a intercomunicarnos de manera instantánea directamente”. Berthier (2006).

2.8.6 Interactividad

Se pasa de un modelo clásico del medio de comunicación a un nuevo modelo de redes. La estructura de los medios, como se conoce hoy, es una especie de cascada. En lo alto están los periodistas del telediario, o los editores de los periódicos; y abajo los lectores. La información llega desde un grupo pequeño hasta el gran grupo. Mientras que en la estructura de redes, no hay ninguna parte dominante y la circulación de información puede hacerse en todas las direcciones. El Internet introduce una gran novedad, no solamente en el sentido de que ya existe una cima de la pirámide que controla la difusión de la información, sino que el poder de difundir información está completamente distribuido entre los actores de la red, ya no existe una estructura fija entre arriba y abajo. Todo el mundo puede hablar a todo el mundo. Se trata de un enorme cambio de estructuras en los medios. Ramonet (2002).

La interactividad es un concepto ampliamente utilizado en las ciencias de la comunicación, en informática, en diseño multimedia y en diseño industrial.

En su campo de aplicación suele hablarse de tres niveles de comunicación:

- **No interactiva**, cuando un mensaje no se relaciona con otro previo.
- **Reactiva**, cuando un mensaje se relaciona únicamente con el previo inmediato.

- **Interactiva**, cuando un mensaje se relaciona con una serie de elementos previos.

La interactividad es el proceso que se crea al emitir información y conseguir una respuesta de ella, a través de un medio tecnológico y utilizando variadas formas de comunicación oral, escrita, con imágenes entre otras. La interactividad es una acción típica del navegante de red, sin embargo, el simple acceso al Internet no necesariamente crea una interactividad. Aquel intercambio de información como una consecuencia de ver, escuchar o escribir en la Web (desde blogs, paginas personales, foros, Chat, otros) comienza el proceso interactivo y se podría decir que abre la comunicación. La conexión no nos garantiza la interactividad, pero la comunicación en ella si. (Benítez, Daniela 2007) para la elaboración de este concepto se consultaron las paginas de hipertexto y wikipedia.

Existen diferentes tipos de interactividad: en los periódicos se puede enviar un correo de los lectores, en la televisión se puede participar de espectáculos, juegos, concursos, etc. Es una especie de interactividad por persona interpuesta. Yo, telespectador, estoy en mi salón y veo a otro telespectador que se ha convertido en actor porque esta en directo con conductor del juego. Hay emisiones de radio a las que se puede telefonar e intervenir; es también un tipo de interactividad. Existe otro tipo de interactividad, la del correo electrónico; yo soy el lector del sitio france2 en internet y envío un mensaje a la redacción para advertirles de un acontecimiento. En principio, mi acción es similar a la del correo de lectores, aparte que es casi instantánea; la reciben enseguida pero, como el correo electrónico es un medio que funciona en los dos sentidos, se supone que yo debería recibir una respuesta y poder establecer una verdadera interactividad entre yo, usuario, y el emisor de la información, que puede ser france2 u otro usuario de la red. Ramonet (2002).

2.8.7 Chat

Chat (en español charla o tele conferencia) o chatear, es un anglicismo que describe la conversación electrónica en tiempo real (instantáneamente) entre dos o más personas a través de Internet. Lo normal en una sesión de chat es que un usuario escriba mensajes con el teclado y que el mensaje se muestre en la pantalla de otro usuario (u otros usuarios), aunque la conversación también puede realizarse con audio y con video.

Se llaman chat rooms o channels (en español salas de charla o canales) a lugares virtuales en Internet, normalmente organizados por temas, donde la gente se reúne para conversar, de deportes, noticias, cultura, política, etc.

Capítulo III

3. Marco Metodológico

3.1 Tipo de Investigación

Bibliográfica, documental y de campo. Por el tiempo en que se aplican: Histórico – Descriptivo porque la investigación describirá la historia, trabajo, proyectos que desarrolla el canal 18-50.

3.2 Objetivos

General:

Describir la historia, desarrollo y evolución del canal de televisión por cable 18-50, y la proyección de utilización de nuevos medios a través de una tecnología Web 2.0.-

Específicos:

1. Describir el manejo y funcionamiento del canal de televisión por cable 18-50, desde su inicio hasta la actualidad y determinar un sistema de comunicación con los televidentes haciendo uso de los nuevos medios tecnológicos.
2. Describir la estructura técnica y administrativa que presenta el canal 18-50.
3. Describir la programación que realiza el canal por cable 18-50, desde sus inicios hasta lo que presenta en la actualidad.
4. Establecer si los televidentes conocen y utilizan los nuevos medios a través de una tecnología de Web 2.0, para comunicarse al canal.
5. Estipular qué programas prefiere el televidente del canal y qué le gustaría que se añadiera a la programación.

3.3 Técnica

Recopilación bibliográfica y documental en libros, periódicos, folletos, revistas y en artículos de Internet; en donde se investigo sobre la Web 2.0, los conceptos de las herramientas como blogs, Chat, interactividad entre otros.

3.4 Instrumentos

Fichas bibliográficas de resumen, cuestionario de preguntas abiertas y cerradas.

3.5 Población

Televidentes que tengan en su programación el canal 18-50.

3.6 Muestra

Audiencia del canal que reciba la señal de la empresa Cable Star S.A., agencia de San Lucas Sacatepéquez, con 3,000 usuarios.

3.7 Procedimiento

Se realizó una encuesta de preguntas abiertas y cerradas, con los usuarios de la sucursal de Cable Star en San Lucas, basándose en los objetivos de la investigación la implementación de las herramientas del sistema Web 2.0, como televisión en línea, Chat, blogs y aspectos específicos del canal.

Capítulo IV

4. Análisis y Descripción de resultado

4.1. Entrevista a productores del canal 18-50

Se realizó un cuestionario con algunos de los productores de los programas, Ana Lourdes Aguilar, productora del programa Sazón postal; José Roberto Mejía Paz; productor a 10 x hora; y Rodrigo Dubón productor de Dinamo. Y añadieron lo siguiente:

1) ¿En qué fecha empiezan a transmitirse los programas?

Sazón postal	Septiembre -2008
Dinamo	Agosto -2007
A 10 x hora	Noviembre -2007

2) ¿Cuál fue el motivo principal que los impulso a trabajar en la producción del programa?

- **Sazón Postal:** Se pensó en sazón postal, porque no existen muchos programas de cocina en Guatemala y que se muestre además nuestra cultura.
- **Dinamo:** El gusto por la música y la necesidad de ver un espacio de calidad para los músicos guatemaltecos.
- **A 10 x Hora:** Hacer un programa diferente y eso hace la diferencia en los rankings.

3) ¿Cómo se desarrolla el proyecto y logra salir al aire?

- **Sazón postal:** se consigue un restaurante donde grabarse el espacio, locaciones, se planifica el desarrollo del platillo, se graba, se edita se programa y sale al aire.
- **Dinamo:** el proyecto fue retomado, ya estaba anteriormente en la programación.

- **A 10 x hora:** va por pasos, 1. Se piensa la idea del programa 2. Dialogar con el conductor, (para buscar su perfil) 3. Buscar locación (exterior) y actualizar el ranking de videos musicales. 4. Grabación y 5. Edición.

4) ¿Cuál es el contenido y duración del programa?

- **Sazón postal:** el programa dura media hora y se presenta una receta por programa y se aprovecha para publicitar al restaurante
- **Dinamo:** el contenido es netamente musical, con entrevistas, cobertura de eventos y presentación de videos; tiene duración de una hora.
- **A 10 x hora:** El programa dura una hora y durante este tiempo se presentan un cualquier rincón de Guatemala, puede ser una ruina, un estadio, un centro comercial o parque etc.

5) A que grupo social va dirigido el programa

- **Sazón Postal:** B,C,D, hombres y mujeres de 20 a 30 años que disfruten comer afuera y visiten los diferentes restaurantes.
- **Dinamo:** va dirigido a jóvenes, entre 16 y 28 años, que gusten de la música chapina.
- **A 10 x hora:** a jóvenes entre 15 y 25 años, con gusto por la música de diferentes géneros, principalmente la actual.

6) ¿En qué segmento se divide el programa?

- **Sazón postal:** Tres segmentos 1. Se presenta la receta y se comienza 2. Se monta el plato 3. Se entrevista al Gerente del restaurante, mientras se disfruta del platillo.
- **Dinamo:** Se divide en tres segmentos: 1. Introducción 2. cápsulas y videos musicales 3. Despedida.
- **A 10 x hora:** cuatro segmentos en los cuales se transmiten los videos de actualidad.

7) ¿Qué tipos de técnicas utilizan para la producción del programa?

- **Dinamo:** Se hace una producción lineal.
- **A 10 x hora:** se le da interacción y dinamismo a través de movimientos de cámara y una edición rápida.

8) El programa cuenta con patrocinadores (comerciales) y que tipos de negociación realizan.

- **Sazón Postal:** Con los restaurantes donde se graba, se hace algunas negociaciones por publicidad.
- **Dinamo:** Aun no cuenta
- **A 10 x hora:** UGARTE, es una tienda de ropa.

9) ¿Qué pasos realizan para la producción del programa?

- **Sazón Postal:** Se hacen contactos, se llama, presenta el canal y el programa y se trata establecer una cita, fecha y grabación.
- **Dinamo:** Pre-producción, contactos con personas que trabajan en música, grabación, edición, post- producción.
- **A 10 X hora:** 1. elaborar el guión, 2. buscar locación, 3. actualizar la lista de videos, 4. buscar diferentes entornos en el lugar de la locación, 5.grabación final.

10) Dentro de la producción, que tipo de guión utilizan y cree usted que es el adecuado y funcional para el desarrollo del programa.

- **Sazón Postal:** El desarrollo del programa es muy espontáneo, es prácticamente una conversación mientras se prepara un plato. Se trata la manera de hacer un guión especificando hasta que paso de la receta se va a desarrollar el primer segmento, para que el conductor sepa cuando mandar a corte.
- **Dinamo:** No se tiene un guión específico, solo un guión general con lineamientos determinados.
- **A 10 x Hora:** Se utiliza una guía de contenido y un listado de videos actualizados.

11) ¿Cuáles son los objetivos de este programa.?

- **Sazón Postal:** llevar al público televidente recetas dinámicas, conociendo Guatemala y tener nuevas opciones para comer afuera.
- **Dinamo:** Promover el arte y demostrar que el arte guatemalteco, tiene suficiente calidad.
- **A 10 x Hora:** Ser un programa juvenil con un toque innovador respecto a los diferentes programas en su línea.

12) ¿Cuál es la visión del programa?

- **Sazón Postal:** Posicionarse como el mejor programa de televisión de cocina viajera.
- **Dinamo:** Espacio para la tolerancia en el gusto musical.
- **A 10 x hora:** Ser un programa de entretenimiento que llegue al público joven con opciones de conocer los diferentes lugares y promocionar los eventos en el país.

13) Tiene conocimiento del costo económico que conlleva la realización

- **Sazón Postal:** si
- **Dinamo:** No
- **A 10 x Hora:** si

14) ¿Cómo está conformado el equipo de producción del programa?

- **Sazón Postal:** Productora (también es la editora), asistente de Producción y camarógrafo.
- **Dinamo:** Productor, asistente de producción, conductor, camarógrafo.
- **A 10 x Hora:** Productor, realizador y conductor

15) Cuando y como se integra usted al equipo de trabajo del canal 18-50, Televisión Diferente.

- **Sazón Postal:** Inicie en el programa haciendo cámara y apoyando en otras tareas, luego me comunicaron de la producción y aquí estoy.
- **Dinamo:** Me incorpore al canal en octubre 2008. (Rodrigo Dubón/ estudiante de producción).
- **A 10 x Hora:** En enero del 2008, inicie como técnico luego en abril de ese mismo año me asignaron como realizador y a partir de diciembre me quede como productor del programa.(José Roberto Mejía Paz/estudiante producción)

16) Como utilizan en su programa las herramientas de la tecnología Web 2.0.

- **Sazón Postal:** Utilizamos el blog para actualizar nuestras recetas y los correos que recibimos, esto nos sirve como monitoreo para ver la audiencia que tiene el programa así como para escuchar las opiniones, comentarios o sugerencias de los televidentes.
- **Dinamo:** Durante el programa tenemos un chat abierto para que quienes estén viendo el programa puedan sugerir la música, expresar comentarios. También respondemos a los correos que nos envían.
- **A 10 x Hora:** Se toma la votación para la música del programa de los correos que se reciben durante el programa, y algunas veces se tiene el chat abierto. También en la página Web esta todo el resumen del programa, videos, entrevistas, etc.

Programa Sazón Postal	Programa Dinamo	Programa A 10 x Hora
Productora Ana Lourdes Aguilar	Productor Rodrigo Dubón	Productor José Roberto Mejía
Programa gastronómico: tiene como visión posicionarse como el mejor programa de cocina en Guatemala.	Programa musical- género rock: tiene como visión , Ser un espacio para la tolerancia en el gusto musical.	Programa musical-género Pop: tiene como visión ser un programa para el público joven, que permita conocer todos los rincones del país
Transmisión: Lunes 9:00 P.M. Reprise: sábado: 8:30 P.M.	Transmisión Jueves 8:00 P.M. Reprise: domingo 16:00 horas	Transmisión: Miércoles 8:00 P.M.
Tecnología web , a través de correos, chat nos ayuda a , comunicarnos con el televidente y saber que gusta o no del programa, y de esa forma mejorar.	Tecnología Web: utilizamos el correo electrónico, y tratamos de responder todos para no perder la comunicación con el televidente.	Tecnología Web: la música que se selecciona para el programa se toma de la votación de los correos que recibimos de los televidentes, y cada día la gente conoce más de estas herramientas.

4.2 Muestreo

Para realizar el análisis de la encuesta se utilizó el muestreo aleatorio simple. El cual consiste en que cada elemento tiene la misma oportunidad de ser incluido en la muestra: Escobedo (1999:18)

La muestra se selecciono utilizando la siguiente formula, propuesta por Álvarez (1988).

$$n = \frac{N^2}{N \times d + 1}$$

n = Tamaño de la muestra para estimar una proporción.

N = Tamaño de la población total 3000 usuarios.

d = Nivel de Precisión, 0.03 indica que los resultados tendrán el 97% de confiabilidad.

4.1.1 Aplicación de la formula

$$n = \frac{3000^2}{3000 \times 0.03 + 1}$$

$$n = \frac{3000}{3000 \times 0.09 + 1}$$

$$n = \frac{3000}{27 + 1}$$

$$n = \frac{3000}{28}$$

$$n = 107.14$$

$$n = \mathbf{107}$$

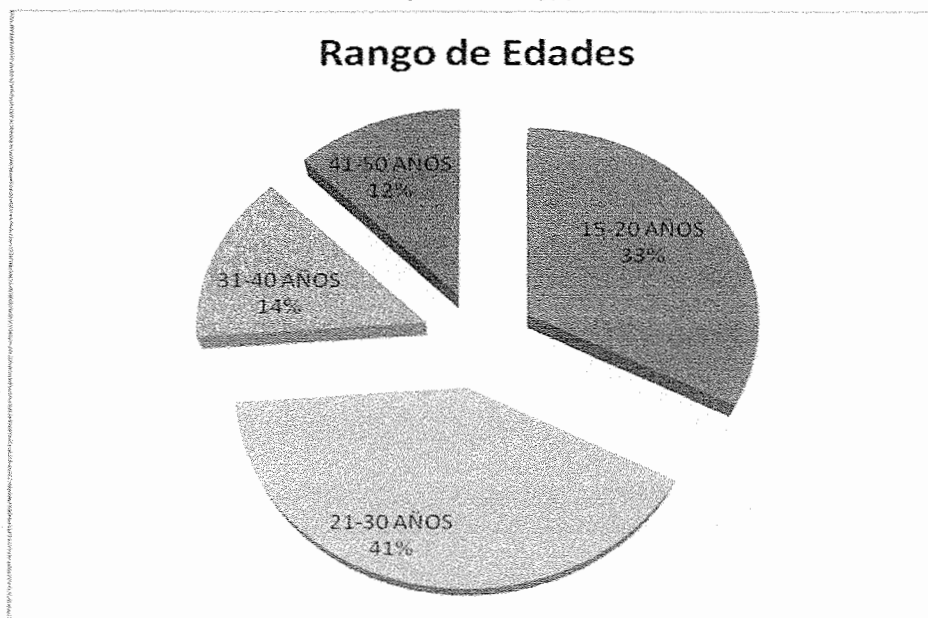
4.3 Gráficas

A continuación se presentan los resultados de la investigación de campo realizada, donde se paso el cuestionario preguntando sobre varios aspectos del canal 18-50.

Cuadro No.1
Edad

Rango de edades encuestados	Total	Porcentaje
15 – 20 años	35	33%
21- 30 años	44	41%
31 – 40 años	15	14%
41 – 50 años	13	12%
Total	107	100%

Gráfica No.1

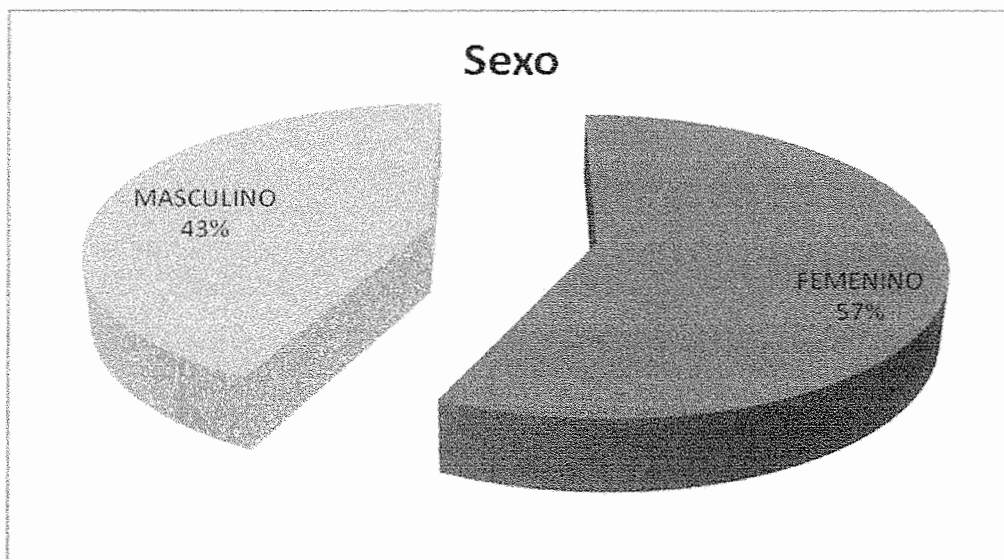


En la gráfica de rango de edades, podemos observar que el porcentaje mayor con un 41%, de las personas encuestadas están entre las edades de 21 a 30 años; mientras que el porcentaje menor reporta un 12%, entre las edades de 41 a 50 años.-

Cuadro No.2
Sexo

Respuestas	Total	Porcentaje
Femenino	61	57%
Masculino	46	43%
Total	107	100%

Gráfica No.2

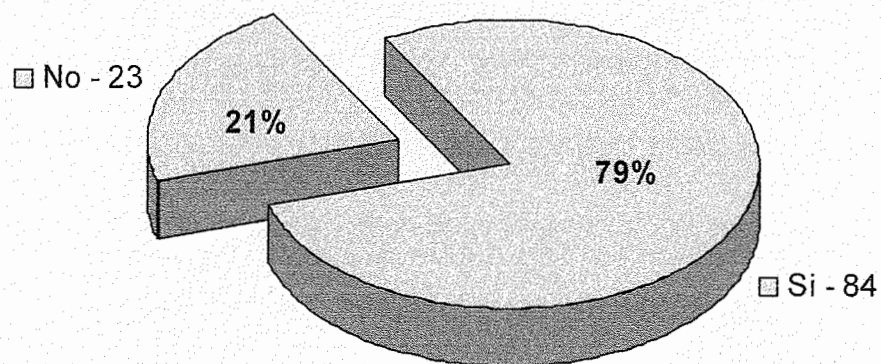


Se encuestaron 107 personas de las cuales la mayor parte fue del género femenino con un 57%, mientras que el género masculino fue de un 43% de la población.-

Cuadro No.3

Respuestas	Total	Porcentaje
Sí	84	79%
No	23	21%
Total	107	100%

¿Conoce el Canal de Televisión 18 - 50?

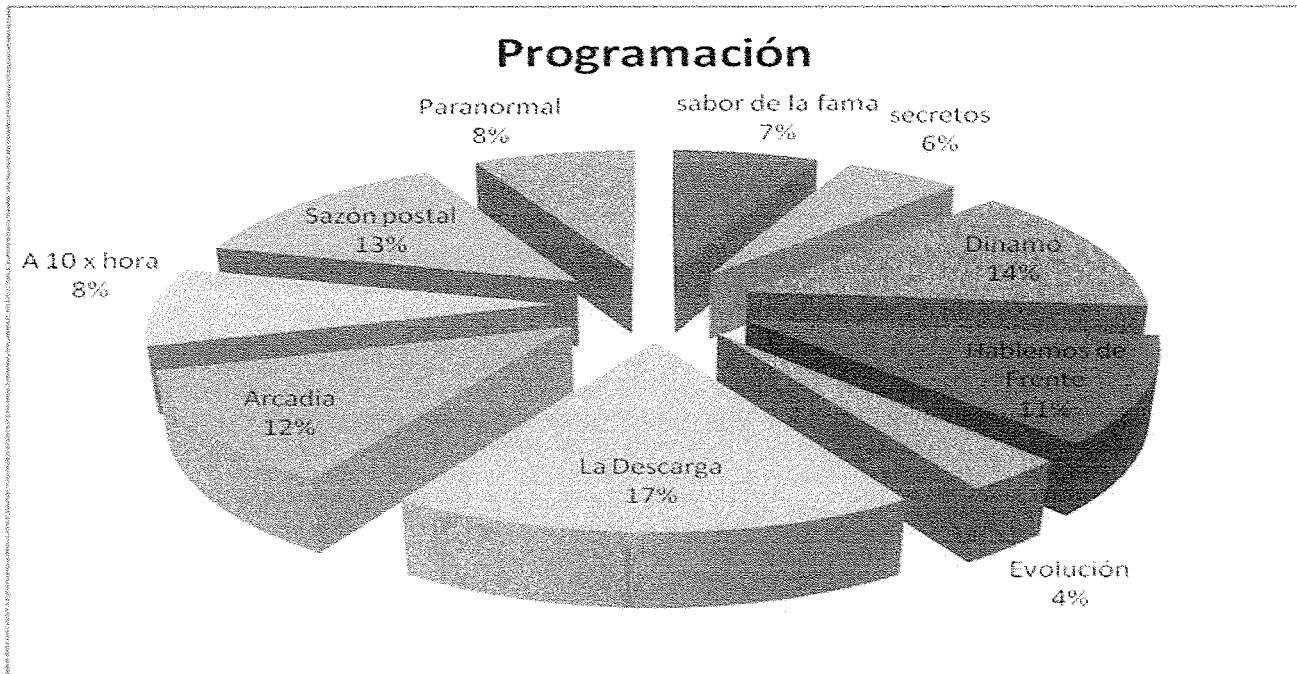


De 107 personas encuestadas el 79% afirmó conocer el canal de televisión 18-50, y que es una nueva propuesta guatemalteca, mientras que un 23 % respondió que no había escuchado de este nuevo canal.

Cuadro No. 4

Programación vista con más frecuencia	Total	Porcentaje
A 10 x Hora	12	8%
Arcadia	17	12%
Dinamo	20	14%
Evolución	5	4%
Hablemos de Frente	16	11%
La Descarga	25	17%
Paranormal	11	8%
Sabor de la Fama	10	7%
Sazón Postal	19	13%
Secretos	8	6%
Total	143	100%

Gráfica No.4

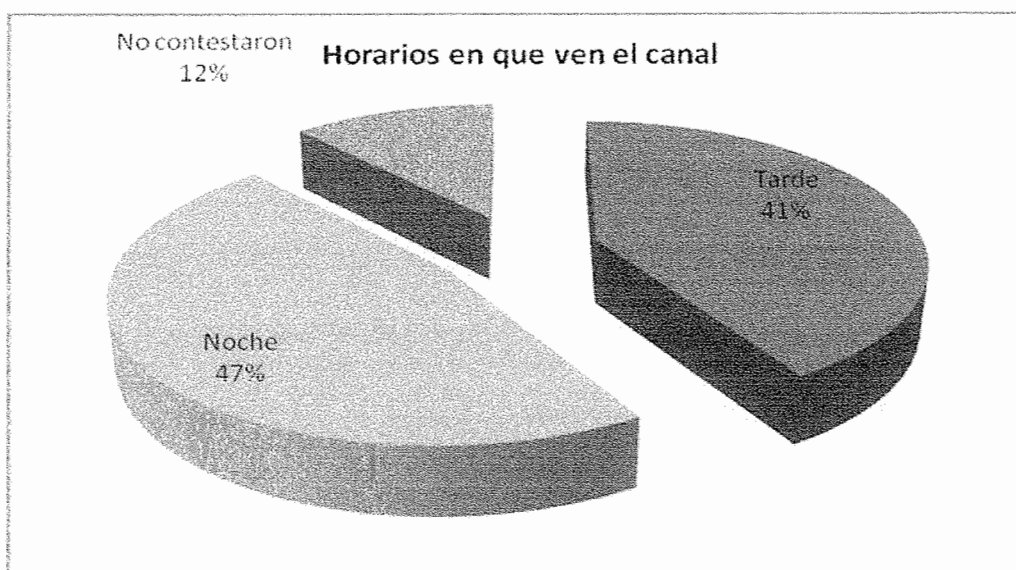


En la gráfica No.4 vemos que de los 10 programas que se incluyeron en la encuesta el 17% respondió conocer y ver el programa La Descarga con la conductora Andrea Henry, siendo el porcentaje mayor, le sigue el programa Dinamo con 14%, los dos anteriores son musicales, mientras que el programa Arcadia reporto un 12%, siendo así los tres programas más vistos en la programación del canal.

Cuadro No.5
Horarios en que ven el canal

Respuestas	Total	Porcentaje
Tarde	46	41%
Noche	52	47%
No contestaron o no lo ven	13	12%
Total	111	100%

Gráfica No.5



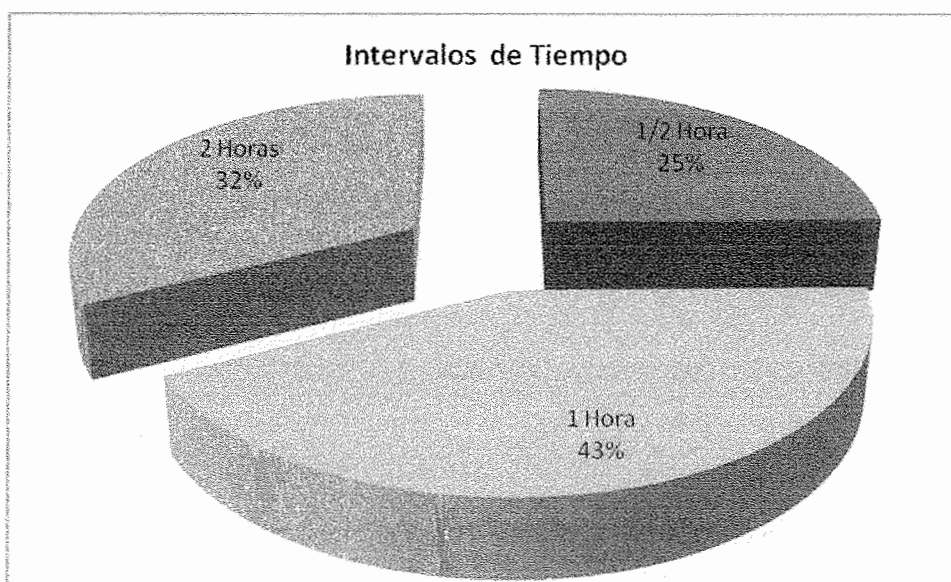
En el cuadro número cinco se presenta el horario en que el televidente ve la programación del canal 18-50; el resultado fue que un 41% ve el canal por la tarde, un 47% indico que lo ven por la noche. Y un 12% no contestó, lo que posiblemente pueda considerarse que no lo ven o no lo conozcan aún.-

Cuadro No.5.1

Respuestas	Total	Porcentaje
½ Hora	22	25%
1 Hora	38	43%
2 horas	29	32%
Total	89	100%

Gráfica No.5.1

Intervalos de Tiempo que ven el canal

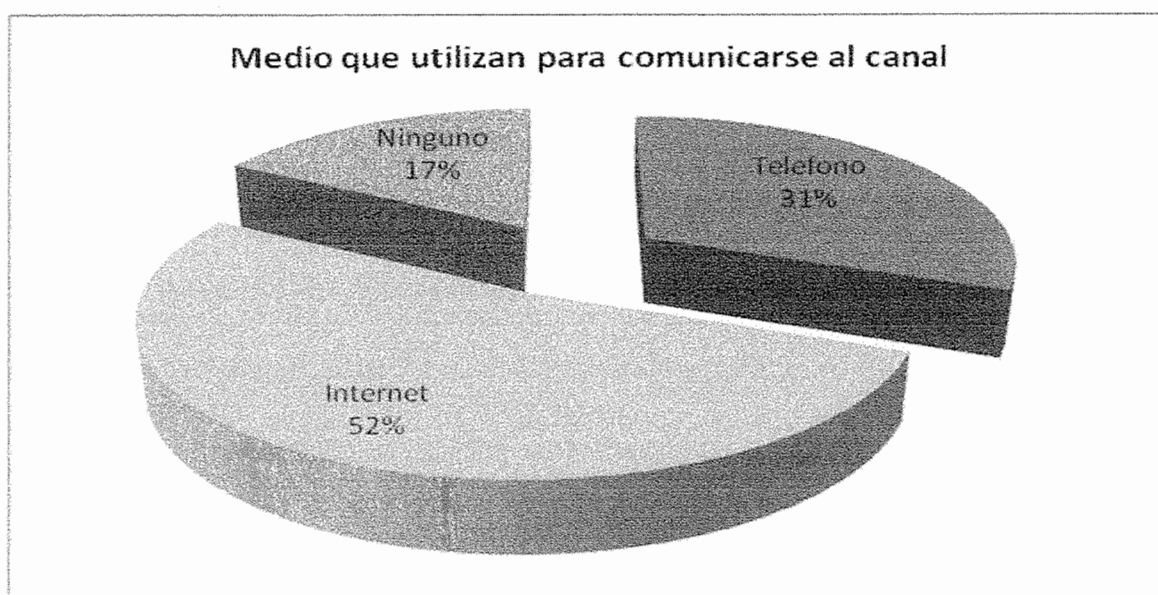


De los televidentes encuestados, reportaron que el 25%, ve por un lapso de media hora la programación diaria; mientras que un 43% lo ve durante una hora y un 32% indicó que ven el canal por un lapso de dos horas al día.

Cuadro No. 6
Medio que utilizan para comunicarse al canal

Respuestas	Total	Porcentaje
Teléfono	33	31%
Internet (tecnología Web 2.0)	56	52%
Ninguno	18	17%
Total	107	100%

Gráfica No.6

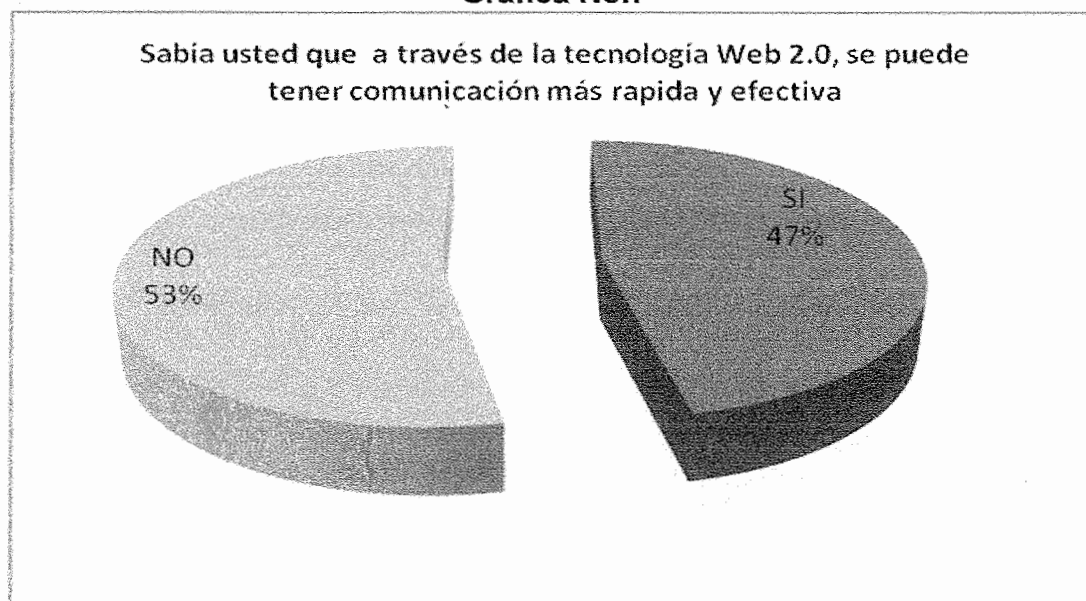


Vemos en el cuadro No.6, que se les pregunto a los televidentes que medio utilizan para comunicarse al canal. Un 31% indico utilizar la línea telefónica para comunicarse; un 52% se comunica vía Internet, utilizando la web 2.0 con las herramientas del chat, correo electrónico, blogs entre otros y una minoría con un 17% contestaron que no se comunican al canal por ningún otro medio o que desconocían de los mismos.

Cuadro No.7

Respuestas	Total	Porcentaje
Sí	50	47%
No	57	53%
Total	107	100%

Gráfica No.7

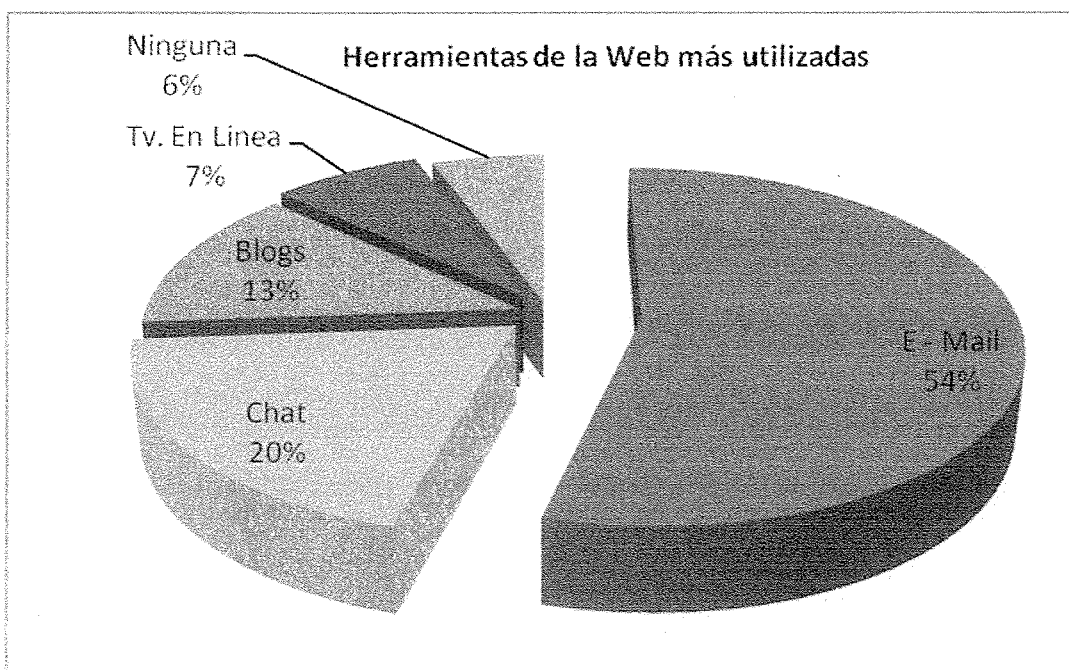


La gráfica No.7 nos muestra lo que los televidentes conocen acerca de la tecnología Web 2.0, y la comunicación que puede tenerse a través del correo electrónico, chat, blogs entre otros; por lo que pudimos darnos cuenta que del total encuestado el 47% si conoce el uso de la tecnología Web 2.0, mientras que la mayor parte con un 53% aún desconoce el uso de las herramientas de la web y su buen funcionamiento, para lograr una comunicación más rápida y efectiva.

Cuadro No.8
Herramientas de la Web, más utilizadas

Respuestas	Total	Porcentaje
E- mail	58	54%
Chat	21	20%
Blog	14	13%
Tv. En línea	8	7%
Ninguna	6	6%
Total	107	100%

Gráfica No.8

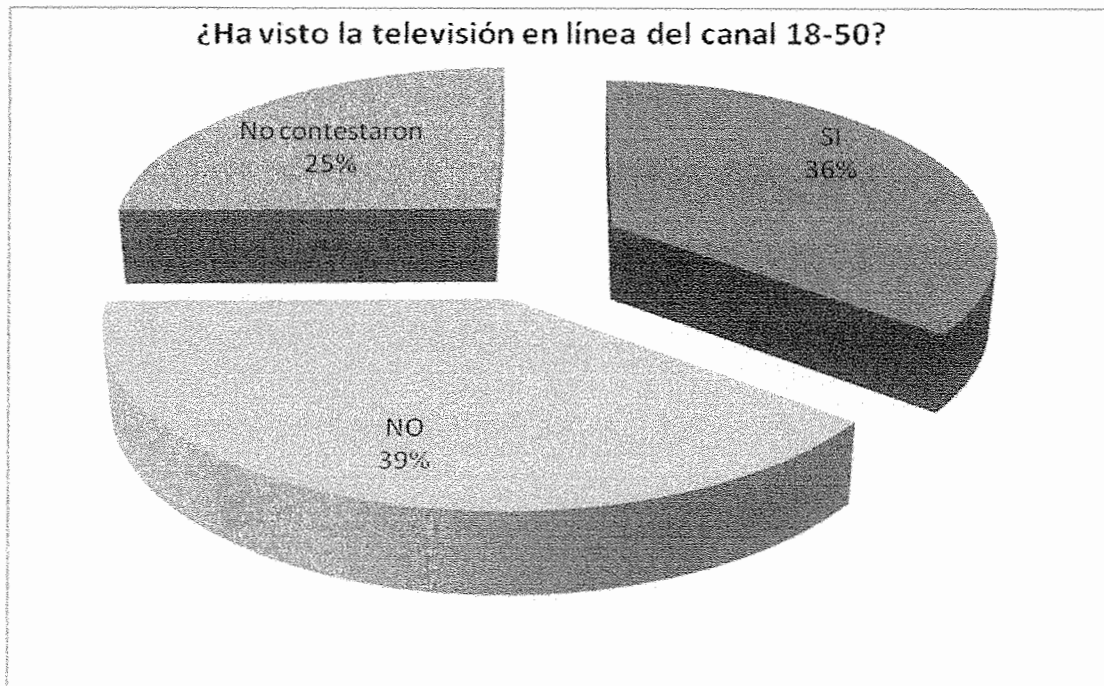


Se les preguntó a las personas encuestadas que herramientas de la Web 2.0 utilizaban más. Por lo que respondieron que de la utilización de las diferentes herramientas de la Web, el porcentaje más alto es para el correo electrónico ó E-mail con un 54% de uso, le sigue el chat con un 21%, la televisión en línea reporte un 7%, el blog el 13% y las personas que contestaron que no utilizan ninguna o desconocen el uso con un 6%.-

Cuadro No.9
Ha visto la programación del canal 18-50 a través de la televisión en línea

Respuestas	Total	Porcentaje
Si	38	36%
No	42	39%
No contestaron	27	25%
Total	107	100%

Gráfica No.9

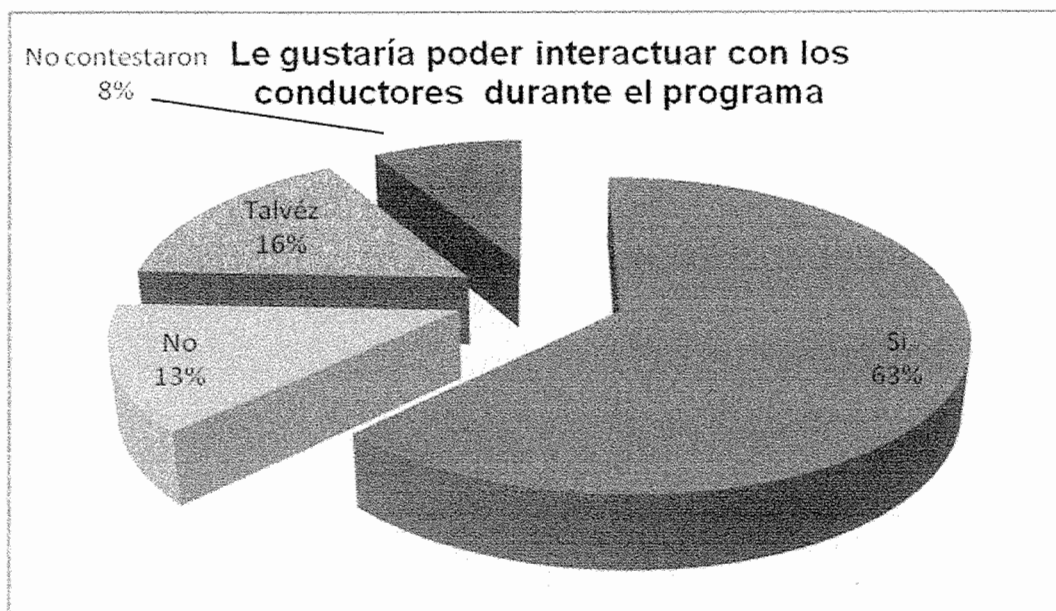


La gráfica anterior nos muestra si los televidentes ven la programación del canal 18-50 a través de la televisión en línea, que es una de las herramientas vanguardistas del momento. El 39% no han visto la señal a través de la página Web, mientras que un 36% reportó haber visto la televisión en línea del canal por la web, y un 25% no contestaron o no conocen aún la televisión en línea. Por lo que concluimos que los telespectadores aún desconocen o no tienen acceso a la tv. En línea.

Cuadro No.10
Le gustaría poder interactuar con los conductores de los diferentes programas

Respuestas	Total	Porcentaje
Si	67	63%
No	14	13%
Talvez	17	16%
No contestaron	9	8%
Total	107	100%

Gráfica No. 10

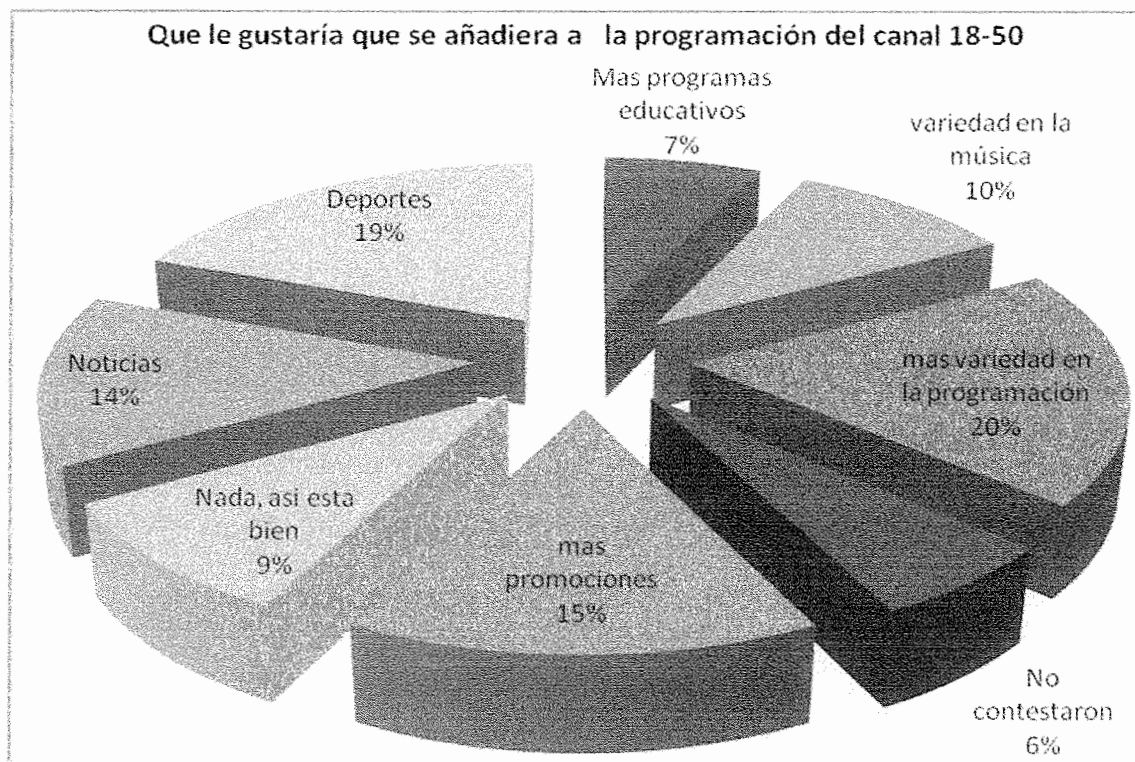


En la gráfica anterior se presentan los resultados de la pregunta número 10 de la encuesta, se les preguntó a las personas encuestadas si le gustaría poder interactuar con los conductores de los diferentes programas a través de las herramientas de la web, y respondió un 63% que Sí, un 13% indicó que No, un 16% que talvez y un 8% no contestó lo que se asume que desconocen cómo hacerlo.

Cuadro No.11
Que le gustaría que se le añadiera a la programación

Respuestas	Total	Porcentaje
Variedad en la música	13	10%
Más programas educativos	9	7%
Deportes	25	19%
Noticias	18	14%
Nada, así está bien	12	9%
Más promociones	19	15%
Más variedad en la programación	25	20%
No contestaron	8	6%
Total	129	100%

Gráfica No.11

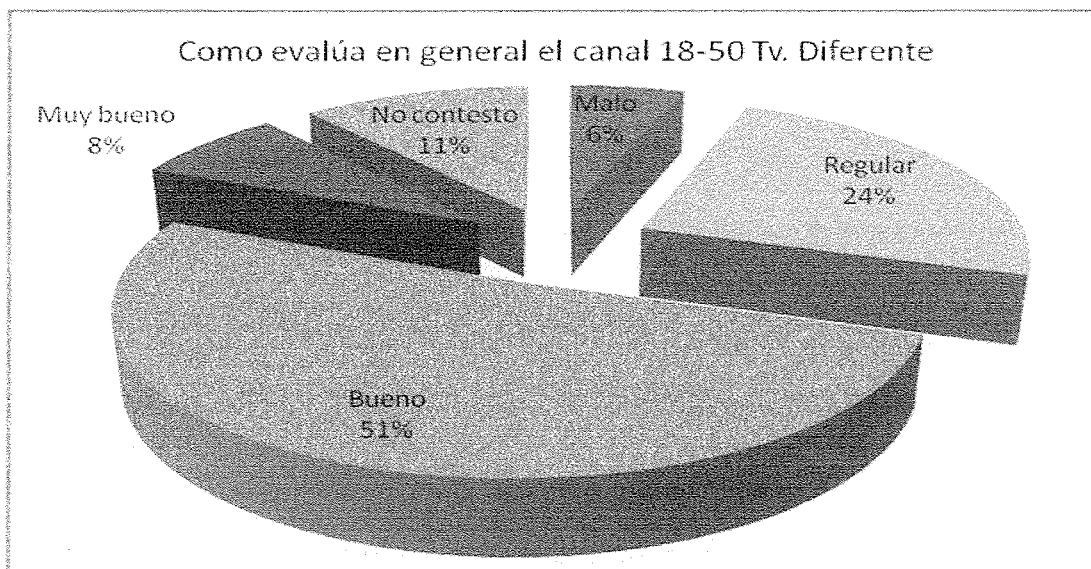


En la pregunta número 11 se les preguntó, que les gustaría que se le añadiera a la programación del canal 18-50 un 20% pidió más variedad en la programación, un 19% que le gustaría que tuvieran un programa deportivo, el 15% sugirió que debían haber más promociones para los televidentes, el 14% reporto que debieran tener un espacio noticioso, el 9% mostro agrado con la programación actual, el 7% reporto que pudiesen agregar más programas educativos y un 6% que no contestaron la pregunta.

Cuadro No.12
Cómo evalúa en general el canal 18-50

Respuestas	Total	Porcentaje
Regular	26	24%
Bueno	55	51%
Muy bueno	8	8%
No contesto	12	11%
Malo	6	6%
Total	107	100%

Gráfica No.12



Finalmente se les preguntó a las personas encuestadas que opinaban del canal 18-50 un 6% indicó que era malo, el 24% que la programación es regular; un 51% indicó que es bueno; un 8% que es muy bueno y un 11% no respondieron a la pregunta.-

5. Conclusiones

- El canal 18-50 surgió en el año 2007 como un sueño de un grupo de amigos estudiantes de ingeniería con la idea de producir y crear una programación diferente, al principio muy general y luego específica para un público joven, iniciando con una cobertura pequeña de distribución en una red de empresa de cable capitalina, y que actualmente se proyecta a nivel nacional con muchas expectativas entre los medios de comunicación.
- A través de los años, el canal 18-50 ha ido avanzado con la tecnología, y en el año 2009 establece una plataforma muy moderna con la Web 2.0, logrando a través de este sistema crear una interactividad, utilizando herramientas con el televidente en los diferentes programas que transmiten. Entre las más utilizadas por los televidentes del canal 18-50 está el correo electrónico y el chat.
- Actualmente el canal 18-50 presenta una programación juvenil con trece programas al aire, de diversos ámbitos (entre ellos, musicales, de farándula, política, videojuegos, viajes, política, entre otros) que pueden ser vistos no solo por medio de las empresas de cable sino por la Tv. en línea a través del internet. Producciones 100% guatemaltecas, de las cuales el televidente indicó por medio de la encuesta que prefiere ver más la programación de La Descarga, Dinamo y Arcadia.
- El canal 18-50 cubre con la expectativa de los televidentes de llevar una programación para diferentes gustos; sin embargo, los telespectadores indicaron que les gustaría una programación más variada, un programa de deportes y un espacio noticioso, además de incluir más promociones.
- Actualmente, las personas todavía desconocen las herramientas que pueden utilizarse a través de la web 2.0, y el uso que se le puede dar. Sin embargo cada día va en aumento y puede observarse en el canal 18-50, así como en otros medios, los espacios que se dan en los programas para contestar el chat, los correos, blogs y aún la nueva tendencia de estar en las redes sociales como facebook o twitter. Creando de esta forma una participación importante con el televidente, obteniendo una retroalimentación.

6. Recomendaciones

- Todo medio de comunicación debe ser innovador e ir de la mano con la tecnología a través de la internet, para crear esos espacios con el telespectador y mantener una retroalimentación, que es lo que se pretende con todas estas nuevas herramientas.
- El canal 18-50 debe crear un departamento específico para relaciones públicas y mercadeo, para enfocarse en las negociaciones, patrocinios, dando a conocer más el medio de comunicación, y de esta forma lograr cubrir todos los costos que conlleva el manejo de un medio de comunicación.-

A las autoridades de la Escuela de Ciencias de la comunicación

- Revisar los planes de cada carrera, incluir cursos prácticos donde se aplique la tecnología que se trabaja en los actuales medios de comunicación. Crear más laboratorios y que el estudiante pueda practicar y prepararse de una forma más eficiente.

7. Bibliografía

1. Álvarez Cajas, Víctor Manuel. 1988. Tamaño de la muestra: Procedimientos usuales para su determinación. Tesis de Maestría
Universidad Nacional de México- Centro de Estadística y Cálculo
2. Berthier, Antonio. 2006. La construcción del significado de la Aldea Global de Marshall Macluhán
<http://www.vitanet.cl/buscar>
3. Cipriano, Ivano. 1982. La Televisión
Primera Edición, España
Ediciones del Serbal S.A.
Págs. 7-11
4. Coombs, Charles I. 1968. Ventana al Mundo
Como se producen los programas de Televisión
Editorial Hispanoamericana
México
5. Cronología del Desarrollo Técnico de la Televisión
www.aldeaeducativa.com/
6. Davenport, William P. 1974. Comunicación Moderna de Datos
Concepto, Lenguaje y Medios
Centro Regional de Ayuda Técnica
Buenos Aires, Argentina
7. Dávila Maldonado, Ana Elisa. 2003.
Situación de la Televisión en frecuencia UHF en la ciudad de Guatemala
Tesis Licenciatura Comunicador Social. Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.p.28
8. Fuenzalida, Valerio. 2000.
La Televisión Pública en América Latina
Fondo de cultura económica
Primera edición año 2,000
Santiago, Chile

9. Furlán Enríquez, Antonio José. 2007.
Manual de Puestos y Funciones- Canal 18-50 Tv.
Seminario decimo semestre Lic. Administración de Empresas
Universidad Mariano Gálvez. Guatemala Págs. 38-42

10. Haskin, David. 1995. Multimedia Fácil
Prentice Hakk Hispanoamericana S.A.
México
ISBN 968-880-494-0

11. Jumeró, Antonio y Roca, Genis. 2007. WEB 2.0
España
"Vínculos e Internet "
México

12. Martínez de Zárate, Ana. 2009. " Canales locales por cable"
Revista "D" No.249 .Prensa Libre. Guatemala, Abril 12 págs.18-21

13. McLuhan, Marshall. 1967
El medio es el mensaje
[Http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/img/003583.php](http://portal.educ.ar/debates/educacionytic/img/003583.php)

14. Nuevos rostros jóvenes en la televisión. 2009.
Prensa Libre. Guatemala. Mayo págs. 36 y 37.
Guatemala

15. Orihuela, José Luis. 2006. La Revolución de los Blogs
España

16. Patil, Anita. 2010. "El poder de las masas en los medios de comunicación"
Prensa Libre (The New York times). Guatemala, Abril 18 p.2.

17. Portillo Martínez, Juan Carlos. 2004
Desarrollo de una red de comunicación de datos, audio y video utilizando la
infraestructura de la redes de televisión por cable
Tesis Facultad de Ingeniería. Guatemala. Universidad de San Carlos de
Guatemala p. 48

18. Quijada Soto, Miguel Ángel. 1986.
La Televisión, Análisis y Practica de la Producción de Programas
México. Editorial Trillas, S.A. Págs. 11-15

19. Ramonet, Ignacio. 2002.

La Post-televisión, Multimedia, Internet y Globalización económica
Primera edición Barcelona

20. Ruiz Fajardo, Ana Carlota. 2004.
Producción y Aceptación de Programas de Tv. En Formato cómico 1996-2001
Universidad de San Carlos de Guatemala
Guatemala

21. Siglo XXI
Página Dominical
Entrevista "Ana Silvia Fernández"
7 de febrero del 2,010
Guatemala, C.A.

22. Televisión Tecnología de Punta
Revista Producción y Distribución
Volumen 11, Mayo 2007
Miami, U.S.A.

23. Telecomunicaciones <http://www.sit.gob.gt>

24. <http://encarta.msn.es/find/concise>.

25. <http://www.rctv.net/history>

26. www.wikipedia.com

27. Siglo XXI
Página Dominical
Entrevista "Ana Silvia Fernández"
7 de febrero del 2,010
Guatemala, C.A.

28. Valdespino Cruz, Julio. 2007.
"Los Canales de Televisión por Cable"
Periódico Vida Universitaria
Universidad Rafael Landívar. Guatemala

8. Anexos



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



Tesis: "HISTORIA, DESARROLLO Y EVOLUCION DEL CANAL DE TELEVISION POR CABLE 18-50", Y PROYECCION DE UTILIZACION DE NUEVOS MEDIOS A TRAVES DE UNA TECNOLOGIA WEB 2.0"

Entrevista dirigida a los productores, editores, presentadores de los programas que se transmiten en el canal de televisión por cable 18-50, televisión Diferente.

Datos Generales:

Nombre: _____ Sexo: M _____ F _____ Edad: _____

Profesión: _____ Nombre del Programa: _____

- 1.- ¿En que fecha se empezó a transmitir el programa al que usted pertenece?
- 2.- ¿Cuál fue el motivo principal que lo impulso a trabajar en la producción de este programa?
- 3.- ¿Cómo se desarrolla el proyecto del programa y logra salir al aire?
- 4.- ¿Cuál es el contenido y duración del programa?
- 5.- ¿A qué grupo social va dirigido este programa?
- 6.- ¿En que segmentos se divide el programa?
- 7.- ¿Qué tipos de técnicas utilizan para la producción del programa?
- 8.- ¿El programa cuenta con patrocinadores (comerciales) y que tipos de negociaciones realizan?
- 9.- ¿Qué pasos realizan para la producción del programa?
- 10.- ¿Dentro de la producción, que tipo de guión utilizan y cree usted que es el adecuado y funcional para el desarrollo del programa?
- 11.- ¿Cuáles son los objetivos de este programa?
- 12.- ¿Cuál es la visión del programa?
- 13.- ¿Tiene conocimiento del costo económico que conlleva la realización del programa?
- 14.- ¿Como está conformado el equipo de producción del programa?
- 15.- ¿Cuándo y como se integra usted al equipo de trabajo del canal 18-50 Televisión Diferente?



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



Tesis: "HISTORIA, DESARROLLO Y EVOLUCION DEL CANAL DE TELEVISION POR CABLE 18-50", Y PROYECCION DE UTILIZACION DE NUEVOS MEDIOS A TRAVES DE UNA TECNOLOGIA WEB 2.0"

Encuesta dirigida a los televidentes del canal 18-50, que reciben la señal a través de la red de Cable Star S.A. en la sucursal de San Lucas Sacatepequez.

Datos Generales:

Nombre: _____ Sexo: M _____ F _____ Edad: _____

Ocupación o Profesión: _____

1.- ¿Conoce el canal 18-50 televisión Diferente, posicionado en el canal 31?

Si No

2.- ¿Que programa ve con más frecuencia?

El sabor de la Fama Secretos Dinamo Hablemos de frente Evolución

La Descarga Arcadia A 10 x hora Sazón postal Lo paranormal

3.- ¿En que horario ve el canal y cuantas horas lo ve?

4.- ¿Que medio utiliza para comunicarse al canal 18-50?

Teléfono Internet Ninguno otro _____

5.- ¿Sabia usted que a través de la tecnología Web 2.0, puede tener una comunicación mas rápida y efectiva utilizando el Chat, correo electrónico, blogs entre otros?

Si No

6.- ¿Cuál de estas herramientas utiliza más?

Correo electrónico Chat blogs Televisión en línea

7.- ¿Ha visto la Televisión en línea del canal 18-50 a través de la página Web?

Si No

8.- ¿Le gustaría poder interactuar en el Chat con los conductores y dar su opinión acerca de los programas?

Si No

9.- ¿Que le gustaría que se añadiera a la programación del canal 18-50?

10.- ¿Como evalúa en general el Canal 18-50 televisión diferente?

Malo Regular Bueno Muy Bueno



diferente

SOLICITUD DE PRODUCCIÓN DE VÍDEO

Nombre de quien solicita _____ Jeffrey Carvajal _____ Fecha: 5 de Mayo 2007 _____

Tipo de producción:

Spot (anuncio)

Evento

Aviso de texto en pantalla

Otro: _____

Propósito de la producción (objetivo): _____ Grabar el concurso de elección de reina de San Lucas _____

Descripción del vídeo:

_____ grabar el concurso, declaraciones de los asistentes, declaraciones de los organizadores _____
_____ y declaraciones de la ganadora y otras participantes _____

Duración del producto final: _____ 20 minutos _____

Fecha(s) de grabación: _____ 5 de junio del 2007 _____

Horario de grabación: _____ de 5:00 PM a 7:00 PM _____

Lugar de grabación: _____ Salón de Eventos Karina, 15 calle A 2-30 zona 2 San Lucas _____

Fecha de entrega del material: _____

Contactos en los lugares de grabación _____ Samuel Alejos, _____ Teléfono _____ 5555-6666 _____

Se adjunta lo siguiente para la producción del vídeo:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Objetivos del vídeo | <input type="checkbox"/> Story Board |
| <input type="checkbox"/> Contenido | <input type="checkbox"/> Hoja de contactos |
| <input type="checkbox"/> Guión | |

Observaciones / Especificaciones:

_____ No olvidar tomar declaraciones del alcalde _____

- Toda solicitud debe hacerse por lo menos **10** días hábiles antes de su producción.
- De no disponer de recursos para producir el vídeo, se notificará un día después de la recepción de la solicitud.
- La fecha para entregar el material estará sujeta a las necesidades de post producción que se requiera. El tiempo mínimo de entrega será de 5 días hábiles.

Firma de Autorización: _____

El presente forma tendra que ser enviado al correo: cristiangalicia@gmail.com, o bien entregado a: Cristian Galicia



