

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



**“PROPUESTA DE PROGRAMA EN TELEVISIÓN DIRIGIDO
AL PÚBLICO ADOLESCENTE Y TRANSMITIDO
POR GUADEVISION”**

LUIS ALFREDO POLANCO VÁSQUEZ

Guatemala, marzo de 2011

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

**“PROPUESTA DE PROGRAMA EN TELEVISIÓN DIRIGIDO
AL PÚBLICO ADOLESCENTE Y TRANSMITIDO
POR GUADEVISION”**

TRABAJO DE TESIS PRESENTADO POR:

LUIS ALFREDO POLANCO VÁSQUEZ

PREVIO A OPTAR AL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR DE TESIS:

LIC. CÉSAR PAIZ

Guatemala, marzo de 2011

**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 Giovanni Lobo Barrera

REPRESENTANTE EGRESADO

M.A. Luis Armando Pavel Matute Iriarte

SECRETARIO

M.A. Axel Santizo

TRIBUNAL EXAMINADOR

Lic. César Paiz, presidente.
M.A. María del Rosario Estrada, revisor.
Lic. Marco Antonio Pineda, revisor.
Lic. Hugo Gálvez, examinador.
M.A. Donaldo Vásquez, examinador.
M.A. Fredy Morales, suplente.



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

Guatemala, 10 de marzo de 2010
Dictamen aprobación 10-10
Comisión de Tesis

Estudiante

Luis Alfredo Polanco Vásquez
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Polanco**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.1 del punto 1 del acta 02-2010 de sesión celebrada el 10 de marzo de 2010 que literalmente dice:

1.1 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Luis Alfredo Polanco Vásquez, carné 200514956, el proyecto de tesis *PROPUESTA DE PROGRAMA EN TELEVISIÓN DIRIGIDO AL PÚBLICO ADOLESCENTE Y TRANSMITIDO POR Guatevisión*. B) Nombrar como asesor(a) a: licenciado César Paiz.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.A. Aracely Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis





Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 06 de julio de 2010
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 19-2010

Estudiante
Luis Alfredo Polanco Vásquez
Carné **200514956**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Polanco**:

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: PROPUESTA DE PROGRAMA EN TELEVISIÓN DIRIGIDO AL PÚBLICO ADOLESCENTE Y TRANSMITIDO POR Guatevisión.

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:


Lic. César Paiz, presidente.
M.Sc. Marco Antonio Pineda, revisor.
M.A. María del Rosario Estrada, revisor.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAN A TODOS

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




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis





Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

Guatemala, Agosto 05 del 2010.

Señores,
COMISIÓN DE TESIS
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio.

Distinguidos Señores:

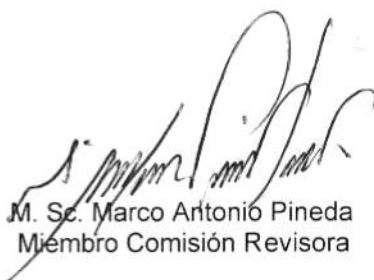
Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante: Luis Alfredo Polanco Vásquez.

carné 200514956, ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título final es:

Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión.

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

"ID Y ENSEÑAD ATODOS"



M. Sc. Marco Antonio Pineda
Miembro Comisión Revisora



Lic. César Paiz
Presidente Comisión Revisora



M.A. María del Rosario Estrada
Miembro Comisión Revisora

c.c. archivo



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

Guatemala, 11 octubre de 2010
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
Ref. CT-Akmg- No. 29-2010

Estudiante
Luis Alfredo Polanco Vásquez
Carné **200514956**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Polanco**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título *PROPUESTA DE PROGRAMA EN TELEVISIÓN DIRIGIDO AL PÚBLICO ADOLESCENTE Y TRANSMITIDO POR Guatevisión*, siendo ellos:

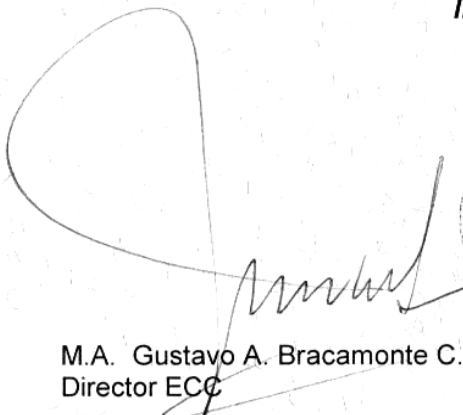
Lic. César Paíz, presidente
Lic. Marco Antonio Pineda, revisor.
M.A. María del Rosario Estrada, revisor.
Lic. Hugo Gálvez, examinador.
M.A. Donaldo Vásquez, examinador.
M.A. Fredy Morales, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaria del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.


Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


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




M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis





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

Guatemala, 02 de marzo de 2011
Orden de Impresión/NR
Ref. CT-Akmg- No. 05-2011

Estudiante
Luis Alfredo Polanco Vásquez
Carné **200514956**
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Polanco**:

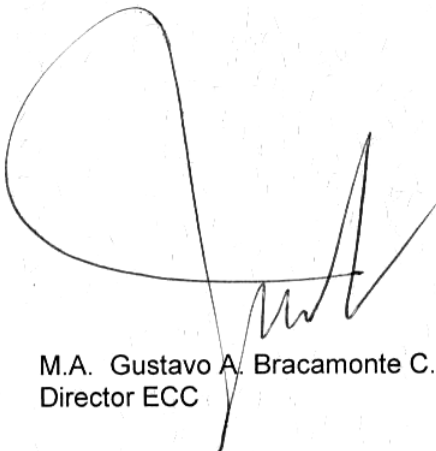
Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, donde consta que el tribunal examinador aprobó unánime el trabajo de investigación, con el título **PROPUESTA DE PROGRAMA EN TELEVISIÓN DIRIGIDO AL PÚBLICO ADOLESCENTE Y TRANSMITIDO POR Guatevisión**, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que diez ejemplares impresos sean entregados en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2. Seis tesis y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional egresado de esta Escuela como usted, que cuenta con todas la calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



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



M.A. Aracelly Mérida
Coordinadora Comisión de Tesis



DEDICO ESTE ACTO

A DIOS:

Mi mejor amigo. Gracias por llevarme de tu mano y ser luz en mi camino. Por darme la oportunidad de estar vivo, respirar, moverme, pensar, soñar y volar.

A MIS PADRES:

Hugo y Liliam, son la principal razón por la cual termino este ciclo e inspiración para cada una de mis metas. Son el más importante ejemplo a seguir. Gracias por darme la vida, por su amor y apoyo, por enseñarme a ser una buena persona. Cada uno de mis triunfos y logros es por y para ustedes. No alcanzaría el tiempo ni el dinero para agradecerles todo lo que me han brindado. Los amo infinitamente.

A MIS HERMANOS:

Gelver, Oswaldo, Hugo Danilo, Wilber y Kelvin. Espero ser orgullo de los mayores y ejemplo de los más pequeños. Los quiero mucho.

A MIS SOBRINOS:

Sugeily, Sofía, Gerardo y Alexis. Futuro y luz de nuestra familia y del país.

A MIS AMIGOS:

Besie, Cristina, Émilson, Francisco, Josué, Julio, Lisandro, Lucía, Maria Renée, Marielos, Marvin, Mavis, Oscar, Oscar Pérez y Rubén. Mis hermanos y compañeros en este viaje de realización personal.

A LOS LICENCIADOS:

César Paiz, Donaldo Vásquez, Douglas Barillas, Elpidio Guillén, Hugo Gálvez, Imelda González, Jairo Alarcón, Luis Villalobos, Marco Antonio Pineda y María del Rosario Estrada. Por ser excelentes personas y formarme en mi carrera profesional.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

Especialmente a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por abrirme sus puertas y forjar mis estudios.

A GUATEMALA:

Estoy orgulloso de haber nacido en esta tierra. Trabajaré para realizar un cambio y ayudar a formar un mejor país.

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

A LA MÁSTER ARACELLY MÉRIDA:

Por ser una excelente guía para mí y cada uno de los estudiantes que realizamos trabajo de Tesis. Sin duda alguna, sin usted todo habría sido más difícil. Gracias por brindarme su cariño y apoyo.

A LOS ESTABLECIMIENTOS:

Colegio Liceo Javier e Instituto Nacional de Educación Básica (INEB Villalobos 1). Especialmente a sus Directivos: Augusto de la Fuente y Viviana Aguilar. Gracias por el apoyo en la realización de mi trabajo de campo.

AL CANAL GUATEVISION:

Por ser la base del presente trabajo de Tesis, un canal que hace televisión de calidad, que apoya los valores y enaltece la cultura de Guatemala.

A TANIA TORRES:

Gracias por tu tiempo para ayudarme con éste trabajo y porque poco a poco me has dado tu confianza. Te admiro y aprecio.

A ANDREA ARIAS:

No terminaré de agradecerte el haber tenido la atención para mi persona y en base a eso, haber cambiado mi vida. Te admiro profesional y personalmente. Gracias por ser mi amiga. Te quiero mucho.

AL SEÑOR NELSON LEAL:

No sé si he aprendido más de usted como profesional o como ser humano ¡porque de ambas maneras es increíble! Gracias por abrirme las puertas de su programa, por brindarme su amistad, por ser mi maestro, por inculcarme el amor por mi país y su gente. Y sobre todo por enseñarme que las cosas no se deben hacer bien, ni muy bien, ni excelente; sino ¡ESPECTACULARMENTE! Para usted todo mi cariño, respeto y admiración.

A CADA UNO DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO “DE FIESTA”:

Especialmente a Karla, Rodolfo, Álvaro, Marlon, Javier, Luisk y Julia. Gracias por su cariño y porque directa e indirectamente se han convertido en los profesores que complementan mi carrera profesional.

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

Índice de contenido

	Página
Resumen	i
Introducción	iii
 Capítulo I	
1. Marco Conceptual	
1.1 Título del tema	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	4
1.4 Planteamiento del Problema	4
1.5 Alcances y Límites	5
 Capítulo II	
2. Marco Teórico	
2.1. La televisión como medio de comunicación	7
2.2.1 Medios de Comunicación	6
2.2.1.1 Funciones de los Medios	8
2.1.2 Televisión	9
2.2.2.1 Funciones de la Televisión	11
2.1.3 Canal de televisión	13
2.1.4 La televisión en Guatemala	15
2.1.4.1 La televisión por cable en Guatemala	16
2.2 Tipos de señales por televisión	18
2.2.1 Términos importantes	18
2.2.2 Sistemas de difusión televisiva	20
2.3 Producción televisiva	24
2.3.1 Formatos de televisión	24
2.3.2 Gramática visual	25
2.3.2.1 Encuadres	25
2.3.2.2 Movimientos de Cámara	26
2.3.2.3 Efectos ópticos	27
2.3.2.4 Iluminación	28
2.3.2.5 Audio	28
2.3.2.5.2 Micrófonos	29
2.4 Programa de televisión	29
2.4.1 Producción de un programa	32
2.4.1.1 Sinópsis	35
2.4.1.2 Pre-producción	35

2.4.1.3 Producción	35
2.4.1.4 Postproducción	36
2.4.1.5 Transmisión	36
2.4.2 Producción televisiva en Guatemala	37
2.4.2.1 Noticieros	37
2.4.2.2 Programas	39
2.5 Guatevisión	40
2.5.1 Programación del canal	42
2.5.2 Programas de producción nacional de Guatevisión	44

Capítulo III

3. Marco Metodológico	
3.1 Tipo de Investigación	53
3.2 Objetivos	53
3.3. Técnica	53
3.4 Instrumento	54
3.5 Universo	54
3.6. Muestra	54
3.7 Procedimiento	56

Capítulo IV

4. Descripción y Análisis de Resultados	
4.1. Resultados obtenidos de la encuesta a adolescentes	57
4.2. Resultados obtenidos de la entrevista a productores	75

Capítulo V

5. Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión.	
5.1. Nombre del programa	89
5.2 Logotipo	89
5.3 Sinópsis	90
5.4 Filosofía del programa	91
5.5 Grupo objetivo o target	91
5.6 Medio (Canal de Televisión)	91
5.7 Tipo de programa	92
5.8 Producción del programa	92
5.8.1 Pre producción	92
5.8.2 Producción	92
5.8.3 Postproducción	93
5.8.4 Transmisión	93

5.9	Contenido del programa	93
5.9.1	Primera parte/Segmentos	94
5.9.1.1	“¿Y vos qué onda con “La Música”?”	94
5.9.1.2	“¿Y vos qué onda con “El Deporte”?”	94
5.9.1.3	“¿Y vos qué onda con “La Fiesta”?”	94
5.9.1.4	“Exprésate en ¿Y vos qué onda?”	95
5.9.1.5	Otros segmentos	95
5.9.2	Segunda parte/Desarrollo del tema	95
5.9.3	Propuestas de transmisión	97
5.9.4	Un vínculo personal	97
5.10	Datos técnicos	97
5.10.1	Equipo de trabajo	97
5.10.2	Iluminación	98
5.10.3	Sonido	98
5.10.4	Micrófonos	98
5.10.5	Cámaras	98
5.10.5.1	Encuadres	99
5.10.5.2	Movimientos de cámara	99
5.10.6	Vestuario	99
5.10.7	Patrocinios	99
5.10.8	Escenografía	100
5.10.9	Escaleta y textos	101
5.10.10	Presupuesto	101
6.	Conclusiones	113
7.	Recomendaciones	114
8.	Referencias bibliográficas	115
	Anexos	119
	Anexo 1	
	Cuestionario a estudiantes	
	Anexo 2	
	Cuestionario de entrevista a productores y profesionales.	

Resumen

Título:

Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevision.

Autor:

Luis Alfredo Polanco Vásquez

Universidad:

Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC)

Unidad académica:

Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC)

Problema investigado:

¿Qué tipo de programa televisivo necesita el público adolescente de Guatemala, según la moda, gustos, intereses y cultura propios de la edad?

Instrumentos utilizados:

Fichas bibliográficas y cuestionarios.

Procedimiento para obtener datos e información:

Para elaborar la base teórica se realizó una investigación bibliográfica y documental en la biblioteca central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y Flavio Herrera de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. También se investigó por Internet.

Se elaboró un cuestionario de 17 preguntas para indagar cuales son los gustos, necesidades, intereses y cultura propios de los adolescentes. Así mismo, un cuestionario con

19 preguntas para entrevistar a productores de programas del canal Guatevisión.

Las encuestas se llevaron a cabo en los establecimientos: Instituto Nacional de Educación Básica Villalobos 1 y Colegio Liceo Javier Vespertino, a alumnos de segundo y tercero básico, así como cuarto bachillerato.

Se entrevistó a los productores del programa “De Fiesta con Nelson Leal”, del canal Guatevisión: Nelson Leal y Andrea Arias. Se realizó una observación de la grabación del programa. También se entrevistó a Tania Torres, productora del programa “Viva la Cocina”, del mismo canal.

Resultados obtenidos y conclusiones:

Los adolescentes encuestados expresaron que en la televisión nacional no existe un programa dirigido a jóvenes de su edad, por lo que prefieren sintonizar programación extranjera. Sus principales intereses son la música, los deportes y las actividades propias de su edad y sus establecimientos educativos.

Los productores entrevistados dieron las bases mínimas necesarias para la elaboración de una propuesta televisiva, así como sus consejos y recomendaciones hacia ésta.

Se diseñó la propuesta del programa “¿Y vos qué onda?!", que a través de distintos segmentos tiene como objetivo principal entretener al adolescente guatemalteco, además de informarlo y educarlo sobre temas relacionados con su edad.

Introducción

Desde el novedoso invento de la televisión, ésta ha venido a ocupar un lugar primordial en la vida de los seres humanos. Es un instrumento que sirve para informar, comunicar, educar, entretener, entre otras funciones. Pero además de cumplir dichos fines, se ha convertido en un miembro más de la familia; y en lugar de ser un instrumento de los seres humanos, cumple a veces el papel de estos.

En la televisión actual, la función de entretenimiento es la que se cumple prioritariamente, no importando lo que se deba mostrar para llamar la atención del televidente. El cometido educativo ha quedado un poco olvidado, a pesar de que es primordial en la vida de cualquier persona.

La adolescencia es una de las etapas más difíciles de la vida del ser humano, ya que son los años en los cuales se forma carácter, la personalidad y una actitud ante la vida. Además, los adolescentes son uno de los principales grupos espectadores televisivos. Sin embargo, no existen muchos programas dirigidos a éste grupo objetivo y los que hay muestran a los jóvenes actitudes y comportamientos que aceleran esta etapa de la vida.

Es por eso que se considera de importancia el presente trabajo, para crear una propuesta televisiva que, además de entretener, apoye al adolescente y enriquezca sus conocimientos y formación. Que el adolescente tenga una opción televisiva nacional, con la cual se identifique y vea reflejadas sus vivencias y conflictos emocionales propios de la edad.

El trabajo se encuentra estructurado de acuerdo al reglamento de tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. El marco conceptual contiene los antecedentes, justificación, planteamiento del problema y los límites de la investigación. El marco teórico contiene los fundamentos teóricos para el estudio, una reseña histórica de la televisión en Guatemala, los tipos de señales de televisión, el proceso y equipo necesario para la producción televisiva; así como una descripción del canal Guatevisión y su programación. El marco metodológico contiene el tipo de estudio, los objetivos y la técnica utilizada para obtener la opinión de los adolescentes y de los productores de televisión.

Para diseñar la propuesta televisiva, que es el objetivo principal del presente trabajo de tesis, se realizó un estudio previo para establecer las bases fundamentales de ésta, tanto en el ámbito técnico y de producción, como en las preferencias del segmento meta. Por lo anterior, se presenta una descripción de los resultados obtenidos de las encuestas a adolescentes y entrevistas realizadas a productores de televisión.

Finalmente, se encuentra la propuesta diseñada para un programa en televisión dirigido al público adolescente. Contiene los lineamientos necesarios para ser un proyecto viable dentro de la programación del canal Guatevisión, así como del gusto del público objetivo.

Capítulo I

1. Marco Conceptual

1.1 Título del tema

“Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión”

1.2 Antecedentes

Respecto al presente trabajo, en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala existen varias tesis que sirven como antecedentes.

Sobre el canal Guatevisión existe la tesis de Héctor Alberto Cardona Montenegro (2009) “Estudio del programa A Fondo transmitido por Guatevisión y la aceptación de la teleaudiencia”. Es un estudio descriptivo, cualitativo y cuantitativo, que analiza la historia del programa, sus características y la percepción de los televidentes respecto a éste. Hace énfasis a los temas de la televisión, a la historia, la producción televisiva nacional, la televisión por cable, así como la descripción de la misión, visión, ventajas y desventajas del programa “A Fondo”, la funcionalidad de la televisión y el futuro de la televisión por sistema de cable.

Para el estudio se realizó una investigación bibliográfica-documental y la encuesta. Esta última aplicada a mujeres y hombres que transitaban por el Parque Central de la ciudad de Guatemala, utilizando un muestreo intencionado.

Las principales conclusiones a las cuales llega Cardona (2009) son que el perfil del público televidente del programa “A Fondo” está definido por las variables: sexo, edad, ocupación actual, nivel de instrucción y estado civil. Además, la opinión de los encuestados manifiesta que el conductor Haroldo Sánchez es una persona amigable, dinámica y profesional. Posee un carisma especial y una personalidad que atrae a su público televidente. Por último, el 100% de la muestra consideró al programa como muy bueno o bueno, al ser presentado por una persona carismática y profesional del periodismo.

En cuanto a la producción televisiva, se encontró la tesis de Haroldo Enrique Martínez Guzmán (2009) “Propuesta de la telerevista semanal “La semana TV”,

para presentarse en los canales abiertos o canales de cable en Guatemala, cuya frecuencia será semanal “prime time”. El trabajo propone una telerevista, para ser transmitida en cualquier canal de televisión nacional. Dentro de la tesis se desarrollan conceptos elementales de la televisión, sus funciones, los aspectos intrínsecos de la producción televisiva, que van desde el tratamiento de la imagen hasta los efectos especiales, pasando por los planos de la cámara, el sonido, la iluminación, la grabación, entre otros detalles. Finalmente, se presenta la propuesta de la telerevista “La semana TV”, la cual contiene secciones de noticias, salud, reportajes, deportes, farándula, entre otros.

Martínez (2009) concluye su tesis afirmando que para realizar “La semana TV”, se determinó el grupo objetivo, en términos de edad, de los 25 años en adelante. Asimismo en términos socioeconómicos y en los niveles de rating del canal Guatevisión. El contenido del programa está diseñado para captar la atención, como primera regla comunicacional, luego llevar al receptor al análisis, para generar una opinión imparcial y objetiva. El programa pretende presentar la realidad nacional, la cual no está representada en los canales abiertos, por lo que se eligió Guatevisión como la única opción para transmitir la propuesta televisiva.

También existe la tesis de Dunia Liceth Santos Colindres (2009), “Estudio comparativo de la preferencia de los telenoticieros Guatevisión y Telediario entre los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala”. El estudio plantea un análisis comparativo de ambos telenoticieros, a fin de establecer los aspectos que ambos tienen y que determinan la aceptación de los televidentes. Éste comprende los aspectos teóricos que sustentan la investigación y sus resultados.

La investigación se realizó a base de la recopilación de datos a través de entrevistas a los directores de los telenoticieros y encuestas a la población, representada por los estudiantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación del quinto al décimo semestre, para hacer un sondeo. Se requirió la recopilación de fuentes bibliográficas que permitieran una aproximación a las bases teóricas de la investigación.

De los resultados obtenidos por Santos (2009) se puede mencionar que la comparación entre los dos telenoticieros concluye que: Telediario cuenta con una mayor proyección ya que es a nivel nacional y para todo aquel que tiene acceso a los canales locales, por lo cual el Noticiero Guatevisión se encuentra en desventaja en ese sentido, ya que solo se transmite por medio del servicio de

cable. Así mismo, Telediario cuenta con mayor experiencia en el ámbito periodístico, más tiempo de transmisión y abarca todas las áreas a nivel social y político, por lo cual cuenta con mayor aceptación.

En cuanto a la producción de televisión, se encuentra la tesis “Puerta Abierta: propuesta de producción televisiva para un programa cultural, transmitido por una empresa de cable (dirigido a preadolescentes)”, de Laura Eugenia Roque Duque (2007). El trabajo constituye un híbrido de las funciones televisivas, ya que educa e informa al mismo tiempo que entretiene. Está enfocado a una población preestablecida: los preadolescentes del área extraurbana y clase social media. La propuesta busca brindar un espacio digno a los preadolescentes, donde puedan expresarse libremente, promocionar a los artistas nacionales y reforzar el conocimiento de nuestra cultura, tradiciones y folclore.

A través del estudio bibliográfico respecto al tema, así como entrevistas a expertos de la producción televisiva, se logra crear un marco teórico sólido que le dé base a la propuesta del programa “Puerta Abierta”.

Roque (2007) afirma que luego de investigar que la televisión tiene incidencia en las personas, especialmente en los jóvenes, se determinó que un programa televisivo cultural ayudaría a cambiar la concepción de los preadolescentes. Además, se comprobó en los resultados obtenidos de las encuestas que los preadolescentes están anuentes y entusiastas con la idea de un nuevo programa dirigido a ellos.

Por otro lado, se encontró la tesis de Carlos Antonio Fernández de León (2004) titulada “Convergencia de medios de comunicación: el caso de Diario Prensa Libre, la página de internet prensalibre.com y el canal de televisión por cable Guatevisión”. El estudio establece que la convergencia de medios es una herramienta para otorgarle más beneficios al anunciante, es eficiente para la captura de audiencia hacia la preferencia de los medios de comunicación que los involucra.

Es una investigación descriptiva, la cual nos proporciona los procesos, análisis e interpretación de la información proporcionada por las personas entrevistadas, libros, consultas en Internet, etc. Describe las formas y estrategias de tres medios de comunicación de Guatemala, utilizando el concepto de convergencia para complementarse entre sí. La investigación aporta las experiencias del autor, así como de personas que están involucradas en el desarrollo de la aplicación de

conceptos y tendencias nuevas en las Ciencias de la Comunicación, como lo es la convergencia.

Fernández (2004) concluye que la convergencia de medios de comunicación es la reunión de las fortalezas para eliminar las debilidades de cada uno, dándole acceso al espectador, audiencia, usuario y lector, de manera accesible y fácil de obtener la información de su interés. De igual forma, por medio de la convergencia los anunciantes pueden tener una gama completa de opciones para dar a conocer sus productos y servicios, al mismo tiempo que obtienen beneficios económicos al adquirir paquetes publicitarios entre uno o más medios de comunicación involucrados en este tema.

Con respecto a producción televisiva, también se encontró el trabajo de tesis realizado por Carlos Enrique Méndez Morales (2001), "Proceso de producción del programa Nuestro Mundo por la mañana de canal 7". El trabajo consiste en la descripción del proceso de producción del programa "Nuestro mundo por la mañana", desde la pre-producción hasta su transmisión en vivo cada mañana. Se hace una reseña de la historia de la televisión y la producción televisiva en el mundo, así como su evolución.

Con base a la recopilación bibliográfica se describen las principales técnicas al momento de producir televisión. Se detalla a través de la observación del autor, el proceso de producción y transmisión del programa.

1.3 Justificación

La televisión junto con otros medios electrónicos y de comunicación son los más apegados a la vida de los adolescentes y jóvenes. Lamentablemente son muy escasos los programas televisivos para este grupo, e inexistentes en la televisión local.

Los adolescentes actualmente tienen un sinnúmero de opciones televisivas a nivel mundial, la mayoría de entretenimiento, pero ninguna que combine ese entretenimiento con educación.

La televisión nacional se enfoca en otro tipo de público, generalmente las amas de casa. Al tratarse de jóvenes se centran en las fiestas, vida nocturna, etc. Es por ello que se desea proponer la introducción de un nuevo programa, en este caso en el canal por cable Guatevision, ya que es un canal que ha abierto campo en el

medio, dirigido a un público amplio y además maneja variedad de programas con distinto público objetivo, de los cuales más del 80% son de producción nacional.

La realización del trabajo es un aporte para la televisión guatemalteca, específicamente al canal Guatevision, pues abarcaría un público que casi siempre es olvidado, por ser un grupo intermedio entre otros grupos objetivos más frecuentes (infantil y juvenil). Además, los adolescentes tendrían el espacio que les hace falta en los medios para expresarse, informarse, educarse y entretenerse.

1.4 Planteamiento del problema

Pineda (2000: p. 28) indica que “la principal producción televisiva en Guatemala han sido los telenoticieros. Entre los más importantes se puede mencionar: Teledeportivas, Cuestión de Minutos, Teleúltimas, Tele Flash, Personalidades ante la cámara, De lunes a lunes, Reportajes Industriales de Guatemala, Recorte de Noticias en TV, Noti 7, TV Actualidades, Tele Reportajes de Guatemala, Estudio Abierto, Aquí el mundo, Tele Prensa, 7 Días, Tele Diario, Tele Diario 13”.

Méndez (2001) describe los programas de televisión producidos en nuestro país en los últimos 40 años, donde encontramos variedad de programas de entretenimiento, de los cuales únicamente “Mentes Sanas” es dirigido al público adolescente.

En la televisión nacional y específicamente en el canal Guatevisión, no existe actualmente (marzo de 2010) ningún programa dirigido al público adolescente, por lo cual dicho grupo tiende a sintonizar la televisión extranjera y en muchas ocasiones programas que son producidos fuera de las necesidades y parámetros de los adolescentes, acelerando de ese modo esa etapa de la juventud.

Por lo anterior se decidió resolver la interrogante ¿Qué tipo de programa televisivo necesita el público adolescente de Guatemala, según la moda, gustos, intereses y cultura propios de la edad?

1.5 Alcances y límites del tema

Objeto de estudio

Los(as) estudiantes de segundo, tercero básico y cuarto bachillerato del colegio Liceo Javier y de segundo y tercero básico del Instituto Nacional de Educación

Básica (INEB) Villalobos 1; así como productores de programas del canal Guatevisión.

Ámbito geográfico

La investigación se realizó en la zona 12 de la Ciudad de Guatemala, en donde se ubican el colegio Liceo Javier y el Instituto Nacional de Educación Básica (INEB) de Villalobos 1.

Ámbito institucional

Canal Guatevisión, colegio Liceo Javier e Instituto Nacional de Educación Básica (INEB) de Villalobos 1.

Ámbito poblacional

Los(as) alumnos(as) de segundo, tercero y cuarto bachillerato del colegio Liceo Javier, y de segundo y tercero básico del Instituto Nacional de Educación Básica (INEB) Villalobos 1; así como los productores de los programas “De Fiesta” y “Viva la Cocina” del canal Guatevisión.

Ámbito temporal

La investigación se realizó entre los meses de Marzo a Mayo de 2010.

Límites

En este estudio no se incluyó a niños, adultos, ancianos, ni a otros canales de televisión local o por cable.

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1 La televisión como medio de comunicación

2.1.1 Medios de Comunicación

Según Fernández (2004), a pesar de que a diario vemos, escuchamos y leemos qué son los medios de comunicación, definirlos es una tarea compleja por la cantidad de significados y conceptos que éstos implican. Para algunos, los medios de comunicación son una de las maneras más eficaces y rápidas de transmitir un mensaje, para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad pueden ser escuchados. Así también hay quienes piensan en los medios de comunicación como un reflejo de la sociedad del momento, como un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinado.

Se debe entender que los medios de comunicación son un gran poder en la sociedad mundial de hoy, así que afirmar que alguna de las aseveraciones anteriores es falsa o verdadera sería apresurado. Pero todas son sumamente relativas, hacen alusión a los diversos papeles que los medios cumplen hoy en día, dependiendo su falsedad o veracidad del contexto específico desde el cual se observen.

Fernández (2004: p. 24) afirma que “los medios de comunicación son sistemas de transmisión de información a un público numeroso y heterogéneo, mediante la prensa, televisión, radio, cine, etc. La mayor parte de las instituciones que los organizan son empresas privadas e independientes. Es un proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes.” La comunicación actual entre dos personas es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos.

Búcaro (2003) indica que la comunicación es un proceso por el cual un individuo transmitirá estímulos para modificar el comportamiento de otros individuos en sociedad. Con el transcurso del desarrollo histórico, el ser humano del lenguaje articulado (vehículo por excelencia de la comunicación) pasó a crear importantes medios de comunicación, hasta llegar, con el avance de la ciencia y la tecnología, a la creación de los medios de comunicación masiva.

Maletzke (1976), por su parte, define los medios de comunicación colectiva o masiva, a “aquellos que transmiten los mensajes públicamente, por medios técnicos de comunicación indirecta y unilateralmente, a un público disperso.”

2.1.1.1 Funciones de los Medios de Comunicación

Búcaro (2003) afirma que formalmente, los medios de comunicación deben desempeñar la función de informar objetivamente los hechos y dar elementos para que los individuos conformen una opinión subjetiva al respecto. Posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta en forma inmediata. De igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan por completo.

Pero los medios de comunicación, con el paso del tiempo, se han convertido en un canal para dilucidar, denunciar y solucionar conflictos de toda índole, entiéndase en el orden judicial, económico y social.

En estos tiempos, ya para nadie es extraño que importantes sucesos judiciales se diriman en los medios de comunicación y, casi siempre, primero que en los tribunales judiciales, como ya ha ocurrido con casos que han acaparado la atención ciudadana, ya sea en el área económica o criminal.

Afirma Búcaro (2003: p. 33): “las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión (como sucede al generalizar personas o grupos)”. La función del periodista ha quedado circunscrita a la defensa de una conglomeración de intereses económicos e ideológicos particulares que, en general, poco tienen que ver con los intereses colectivos y sociales.

Por su parte, Martín Vivaldi (1987) enumera las siguientes funciones que los medios cumplen en la sociedad:

1. **Conferir status o prestigio:** los medios tienden a realizar la autoridad de individuos o grupos otorgándoles legitimidad social.
2. **Reforzar normas sociales:** los medios suelen informar sobre conductas no conformes con las normas sociales obligando a los individuos e instituciones a tomar partido a favor o en contra de dichas normas.
3. **Disfunción narcotizante:** el uso de los medios disminuye el tiempo para la socialización y la acción organizada, así como para decidir y actuar; en su lugar los medios informan e interesan de forma pasiva al receptor.
4. **Informar:** los medios proveen a los miembros de la sociedad la suficiente información para que estos sientan y comprendan su papel en ella.
5. **Interpretar:** los medios proveen para muchos receptores las claves de comprensión e interpretación de las transformaciones y los fenómenos sociales e individuales.

6. **Transmisión cultural:** los medios comunican los valores que tradicionalmente se encontraban en la enseñanza formal y en otros medios. La mayoría de ciudadanos reciben su bagaje cultural mediante los medios de comunicación.
7. **Entretener:** gran parte del consumo de medios se realiza como diversión y entretenimiento.
8. **Refuerzo de actitudes:** los medios tienden a dar consistencia a las actitudes ya poseídas y compartidas por los grupos primarios del propio entorno. A los medios de comunicación masiva: la prensa escrita, la radio y la televisión se les llama el cuarto poder, porque influyen de manera definitiva en la formación de la opinión pública.

Claudín y Anabirtate (1986: p. 138) enumeran las siguientes funciones de los medios de comunicación:

1. Proporcionan información, analizan e interpretan la misma.
2. Educan.
3. Persuaden y manipulan.
4. Anuncian las ventas, realizan publicidad.
5. Divierten y entretienen.

2.1.2 Televisión

Cardona (2009: p. 8) manifiesta que la televisión “es un popular medio de comunicación social que combina los mensajes hablados y escritos con imágenes fijas y en movimiento. Refuerza la palabra con la imagen, música y otros efectos sonoros y especiales”. En la sociedad de hoy, la televisión ocupa un lugar primordial en los hogares.

Por su parte, Búcaro (2003: p. 37) afirma que la televisión constituye un flujo unilateral de comunicaciones para los receptores y llega incluso a eliminar la capacidad de reacción crítica de quienes la perciben. “La televisión ocupa un lugar dentro del hogar, ya que cuando el niño o el adolescente no llena sus necesidades básicas dentro del ambiente familiar, recurre a la televisión, volcando sus intereses y atención hacia ella.”

Agrega que en el caso de los adolescentes, “la televisión funciona como medio accesible en el tiempo libre que poseen, siendo aceptada por su comodidad y atractivo, ya que está a su alcance y no necesita de mayor esfuerzo para percibir su contenido, contrario a lo que sucede con la lectura de un libro por ejemplo.” Contribuye así a que se fomenten los hábitos de la pasividad, falta de creatividad e imaginación. La influencia de la televisión sobre la vida familiar es bastante

compleja, ya que mantiene a la familia reunida pero incomunicada, suprimiendo actividades deportivas, medioambientales y solidarias en familia.

García (2003) afirma que la tecnología es el término de moda y las telecomunicaciones ocupan uno de los primeros lugares en este campo. Además de las señales de televisión regulares transmitidas a través del aire, los ingenieros y empresarios están encontrando nuevas maneras de utilizar el aparato de televisión.

Expone el autor que la televisión no es más que un dispositivo mecánico, cuya función podría compararse con la técnica empleada por los pintores impresionistas: la descomposición de la luz en diminutos puntos luminosos. La televisión se asemeja al cine porque ambas presentan una serie de imágenes separadas. El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV. Este término fue utilizado por primera vez en 1900 por Constantin Perski en el Congreso Internacional de Electricidad de París.

Agrega García (2003: p. 10) que “la palabra televisión tiene sus orígenes de las palabras ‘Tele’ que significa lejos y ‘videre’ que quiere decir ver, es decir ‘ver lejos’”. Sin embargo, la televisión no es únicamente eso, sino además logra involucrar imágenes y sonidos, haciéndola el medio de comunicación más completo de todos los tiempos.

Explica el autor que la televisión transmite una secuencia de 25 imágenes fijas por segundo al público que se encuentra observando. Su funcionamiento se desarrolla por medio de ondas electromagnéticas que son transformadas en luz, para dar salida a la imagen. Ha sorprendido el invento de un aparato eléctrico que permita por medio de ondas, llevar imágenes y sonidos a miles de hogares, revolucionando el comportamiento de las personas.

Según Cereso (1994: p. 16) “la televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad occidental, lo que ha llevado a considerarla como uno de los medios básicos de comunicación social, lo cual repercute para que se contemple como el medio que dirige nuestra cultura y los valores que en ella se movilizan”. El poder del medio televisivo radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual.

Leduc (1991: p. 43) manifiesta que “se denomina televisión al conjunto de técnicas precisas para la emisión y recepción a distancia más sencilla, consistiendo en la emisión de imágenes en movimiento desde un sistema transmisor de radio información modulada en ondas electromagnéticas, para unas bandas de frecuencias que permitan su captación y decodificación por los receptores domésticos”. Además hace énfasis en que la televisión es el medio de comunicación más completo debido a que es audiovisual, dirigiéndose a un mayor grupo de la población y careciendo de una retroalimentación, ya que sólo es de una vía, pero cumpliendo con entretener, informar y educar a las personas.

Expone el autor que la televisión es, juntamente con el cine, el medio de comunicación más completo, hace intervenir la imagen, el sonido, el movimiento y hasta el color. El mensaje televisado interviene el ambiente familiar.

Matterlart (1991) afirma que la televisión influye en la conducta, valores y actitudes de su audiencia. Muchos cineastas consideran que cumple una función de evasión de conformidad, de pasividad, de satisfacciones y gratificaciones materiales importantes y está condicionada socialmente para amoldarse a las situaciones imperantes.

El Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano (1990) define televisión como “la transmisión de imágenes ópticas a distancia, valiéndose de ondas hertzianas.”

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

Además, como medio de comunicación, la televisión es el medio más completo, pues a la imagen, sonido y color incorpora el movimiento. Está, por tanto, capacitado para acciones de tipo “demostración” y en este aspecto se asemeja mucho a la situación de contacto directo entre emisor y receptor, entre vendedor y comprador. A pesar de su amplia cobertura, la televisión debe ser tratada como un medio continuo, es decir, pensando en una sola persona receptora del mensaje.

Erickson (1989) afirma que la televisión es ante todo un objeto lingüístico, un sistema de códigos (es decir, un lenguaje que se define a través de combinaciones entre palabra, música, rumores e imágenes móviles) y en última instancia el conjunto heterogéneo de mensajes que comúnmente venimos llamando televisivos.

2.1.2.1 Funciones de la Televisión

El sitio web http://perso.wanadoo.es/angel.saez/pagina_nueva_178.htm, manifiesta que la televisión:

- En primer lugar **informa** y hoy día los ciudadanos conocen lo que pasa en el mundo mucho más a través de los noticiarios que en ningún otro medio.
- En segundo lugar la televisión **entretiene** y gracias a ella podemos disfrutar de lo que nos gusta: cine, deporte, música, tertulias, debates, etc.

- En tercer lugar la televisión **educa**. No se refiere solo a los programas calificados como “educativos”, algunos de los cuales tienen un interés muy escaso, sino a la capacidad y posibilidad de ayudar a comprender a el mundo en el que vivimos, pues la televisión tiene un indudable papel socializador y la “socialización” no es otra cosa que la preparación para vivir en un ámbito social, que en la actualidad tiene un perfil universal y que McLuhan ha calificado de “Aldea Global”.
- En cuarto lugar la televisión permite estimular **el sentido crítico**. Existen múltiples formas de ver la televisión. Algunas consisten exclusivamente en recepcionar de forma pasiva los contenidos y mensajes de los diferentes programas, pero afortunadamente también es cierto que la televisión ayuda a pensar, favorece la creatividad e incluso tiene potencialmente una enorme capacidad para propiciar la participación a través de mecanismos interactivos que pertenecen más al futuro inmediato que al presente.

García (2003: p. 10) enumera las que a su juicio son las principales funciones de la televisión:

1. **Informa:** dando a conocer sobre algún tema, situación, fenómeno o circunstancia que esté suscitando en alguna parte de la Tierra.
2. **Educa:** orientando y explicando sobre diferentes puntos de vista de un tema o fenómeno que desea aclararse.
3. **Entretiene:** como medio de esparcimiento, para hacer olvidar momentáneamente algo desagradable.

Agrega el autor que ocupar espacio y tiempo televisivo cuesta dinero, por lo tanto, significa poder. Además, el diálogo es sencillo entre el espectador y la pantalla, logrando que el público esté predispuesto a creer que sólo lo mejor y más seguro es lo que merece salir en televisión.

Para Guinther (1970) la televisión es fundamentalmente un medio de comunicación social que realiza las funciones siguientes:

1. **Función de entretenimiento:** consiste en ofrecer al público una gran variedad de producciones en donde existen elementos de atracción para diversos auditorios. Es aquí donde los anunciantes se interesan en patrocinar programas, ya que incitan al público televidente a la compra de productos y servicios. El divertirse viendo televisión significa por ejemplo olvidar las penas de un día cansado, es decir que la pantalla va a regalarnos algo que a todos por igual nos proporciona sonrisas, atractivos y encantos.

Con la función de entretenimiento la televisión parece haber contribuido mucho a fomentar la permanencia en casa, ya que anteriormente la

mayoría de las diversiones del individuo tenían lugar en el ambiente familiar.

2. **Función publicitaria:** esta función, no sólo comprende la inserción de anuncios comerciales, sino los condicionamientos que eso impone y las derivaciones consiguientes. Los anuncios televisivos responden a la exigencia industrial y comercial, es decir que la publicidad es parte integrante del sistema por medio del cual persuade los deseos de la gente.

El fin que persigue la publicidad no es informar sobre los productos anunciados, sino venderlos, llegando así al público por la emoción, por el sentimiento, por la afectividad, por la compensación, por la sensación de integrarse a un grupo adquiriendo prestigio y satisfacción. Los anunciantes compran emisiones acordes para vender su producto, por ejemplo telenovelas para vender jabones, caricaturas para juguetes y dulces.

3. **Función informativa:** se realiza a través de la difusión de noticias, comentarios, reportajes, opiniones y mensajes necesarios para atender situaciones individuales, colectivas, nacionales e internacionales, las cuales están interesadas en encauzar las creencias existentes y en proporcionar información. Las informaciones por televisión insisten, frecuentemente, en la objetividad al mostrar algunas de sus informaciones de manera filmada, grabada o difundida en vivo.

En el aspecto informativo, no cabe duda que la televisión es el medio que al unir la imagen a la palabra puede dar más exacto testimonio de los acontecimientos.

4. **Función educativa:** cuenta con una gran potencialidad debido a su carácter audiovisual. A la forma de enseñanza o aprendizaje que se realiza a través de la televisión se le llama educación informal, ya que no es más que información que no se puede organizar de acuerdo a los programas de enseñanza establecidos en los centros escolares.

Esta función consiste en transmitir conocimientos que contribuyen al desarrollo, a la formación del carácter y a la adquisición de conocimientos y aptitudes en todos los momentos de la vida.

2.1.3 Canal de televisión

Según la información encontrada en la página de Internet www.fulltv.com.ar/, un canal de comunicación es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información que pretenden intercambiar emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo también como canal de datos.

Los canales pueden ser personales o masivos. Los personales son aquellos en donde la comunicación es directa. Voz a voz. Puede darse de uno a uno o de uno a varios. Los masivos pueden ser escrito, radial, televisivo e informático.

Así sucesivamente se pueden ir identificando los diferentes canales de trasmisión del pensamiento.

Agrega el sitio web, que en telecomunicaciones, el término “canal” también tiene los siguientes significados:

1. Una conexión entre los puntos de inicio y terminación de un circuito.
2. Un camino único facilitado mediante un medio de transmisión que puede ser:
 - Con separación física, tal como un par de un cable multipares.
 - Con separación eléctrica, tal como la multiplexación por división de frecuencia (MDF) o por división de tiempo (MDT).
3. Un camino para el transporte de señales eléctricas o electromagnéticas, usualmente distinguido de otros caminos paralelos mediante alguno de los métodos señalados en el punto anterior.
4. En conjunción con una predeterminada letra, número o código, hace referencia a una radiofrecuencia específica.
5. Porción de un medio de almacenamiento, tal como una pista o banda, que es accesible a una cabeza o estación de lectura o escritura.
6. En un sistema de comunicaciones, es la parte que conecta una fuente (generador) a un sumidero (receptor) de datos.

En comunicación, cada canal de transmisión es adecuado para algunas señales concretas y no todos sirven para cualquier tipo de señal.

Fernández (2004: p. 28) indica que “un canal de televisión es el intervalo o banda de frecuencias en el que emite cada una de las estaciones de televisión. La característica principal del canal de televisión, es la imagen combinada con el sonido al mismo tiempo y espacio.” El canal de televisión no es más que eso, un canal, donde se transmite toda clase de sonidos e imágenes de cualquier índole real y fantasiosa y lo más importante, que puede ser transmitido directamente desde cualquier parte del mundo en directo y las veces que se quiera ver.

Agrega el autor que “existen en el mundo, una gran variedad de canales de televisión, dedicados a programaciones dirigidas a grupos objetivos específicos o a temas de interés particular”. Algunos de estos son: programación de 24 horas de películas, noticias, telenovelas, caricaturas, espectáculos, entretenimiento, educación, sexo, música, reportajes, deportes, familia, consejos, comida, compras, turismo, etc.

2.1.4 La televisión en Guatemala

Fernández (2004: p. 3) indica que “el primer canal en Guatemala fue el Canal 8, fundado el 14 de febrero de 1956 por el gobierno de la república de Guatemala. No se tiene fecha exacta de la desaparición de dicho canal, pero según una edición del diario El Imparcial del año 1961, dejó de transmitir debido a los recortes de presupuesto y políticas del gobierno de Miguel Idígoras Fuentes”.

Así mismo, el autor hace una breve reseña de la historia de los canales guatemaltecos:

Canal 3: En 1956 se funda lo que es hoy el canal de mayor audiencia familiar en Guatemala, como primer medio de comunicación a la vanguardia de la época tecnológica, y primero formado con capital privado. Su variada programación ha tenido siempre como objetivo primario, llevar educación, información y entretenimiento a sus televidentes, aún en los rincones más apartados del país. Eventos culturales, de belleza, salud y deportivos han sido transmitidos para todo tipo de público de diferentes edades, sexo y nivel educativo y socioeconómico.

Canal 7: Es el tercer canal en Guatemala y fue fundado el 15 de diciembre de 1964. Desde que inició ha cubierto el 80% del territorio nacional. Su programación es, al igual que Canal 3, familiar, con mucho énfasis en el trato comunitario, y cuentan como principal atractivo sus telenovelas y el apoyo al deporte nacional.

En la actualidad, los Canales 3 y 7 son los medios televisivos más importantes del país, ya que tienen cobertura nacional y, sobre todo, el espectador no tiene que realizar un pago mensual por su transmisión, contrario a lo que sucede con los canales de televisión por cable, o los llamados canales o transmisores de circuito cerrado o cable.

Canal 11: inició operaciones el 26 de octubre de 1966 identificándose como “La voz de Centroamérica”, ya que había anunciado que los programas serían orientados a Centro América.

Canal 13: su primera transmisión fue el 20 de septiembre de 1978, identificado como “Tele Trece”. Desde sus inicios el Canal 13 fue tomado como un canal de programación 100% extranjera con videos de música, novelas mexicanas y películas. Este canal es el menos posicionado en la mente del anunciante-receptor de televisión, ya que está claro que tiene programas frescos de reciente producción, sin embargo, no son del agrado total del público, por ser un canal considerado como el menos dinámico en su presentación y con una programación poco original.

Por su parte, García (2003) informa que la televisión era el medio de comunicación masivo más reciente del país antes de que llegara el Internet. Los inicios de la

televisión en Guatemala, se dan entre 1948 y 1950 en el gobierno del coronel Carlos Castillo Armas.

Palencia Prado (2001: p. 23) indica que “la evolución de la televisión guatemalteca muestra un proceso comunicativo más concentrador que el resto de medios masivos. Los cuatro canales comerciales que funcionan en la banda Very High Frequency (VHF), y que concentran la mayor audiencia nacional, pertenecen a una empresa de capital mexicano, cuyo propietario es Ángel Remigio González, personaje conocido por sus inversiones en la televisión latinoamericana.”

Los cuatro canales son: Televisión Guatemala, S.A. (Canal 3) Televisiete, S.A. (Canal 7), Teleonce, S.A. (Canal 11) y Trecevisión S.A. (Canal 13). Esta franja de canales comerciales guatemaltecos incorporan un 80% promedio de programas llamados “enlatados” o importados, especialmente de Estados Unidos, México, Venezuela, Colombia, Argentina y España, y un 20% de programas realizados en el país.

Hernández (1997) manifiesta que a través de la productora RCA, se hicieron las gestiones con el gobierno del país y la Embajada de Estados Unidos para establecer un estudio de televisión en Guatemala, y cuyo resultado fue TGW-TV-Canal 8. La segunda estación de televisión surgió el 15 de mayo de 1956, y recibió el nombre de Canal 3; sería el primero en ser promovido por la iniciativa privada en el medio nacional. El 15 de diciembre de 1964 aparecería la tercera estación de televisión, conocida en la actualidad como Canal 7.

Agrega el autor que años después surgirían en su orden Canal 11 (26 de octubre de 1966); Canal 13 (20 de septiembre de 1978), Canal 5 (1 de agosto de 1979); Canal 21 (27 de mayo de 1984); y más recientemente Canal 27 (1993) y Canal 31 (1996), que se difunden por UHF (Ultra alta Frecuencia) y Canal 33 de la Universidad de San Carlos. En 1983, debido al progreso de la nación comenzarían a funcionar varias empresas de televisión vía satélite o cable.

Mendizábal (1968) afirma que en Guatemala la televisión logra abrirse espacio en 1955; año en el que se funda la primera estación Canal 8, y efectúa la primera transmisión con carácter oficial el 18 de septiembre. Dicha estación culminaría su trabajo pocos años después, cuando por falta de presupuesto y por tratarse de un medio de comunicación oficial, deja de transmitir en 1963.

2.1.4.1 Televisión por cable en Guatemala

Cardona (2009: p. 16) informa que “la existencia de redes de televisión por cable o CATV (Community Antenna Television) se remonta a mediados de los años 40. En estos años, en Oregon, Estados Unidos, un técnico montó una pequeña red que se puede considerar precursora de la televisión por cable. En España, las primeras redes de televisión por cable aparecieron a principios de los años 80, especialmente en la modalidad conocida como video comunitario, donde en un

edificio o grupo de edificios se enviaba a través del sistema de antena colectiva de televisión la señal de un reproductor de video.”

Afirma el autor que en Guatemala se inició el servicio del sistema CATV en el segundo lustro de la década de los 80. La empresa privada Comtech proveyó el servicio a algunos vecinos de la colonia Vista Hermosa, zona 15. Comtech recibía la señal por intermedio de una antena parabólica y por conducto del cable coaxial llevaba la señal a los receptores que, previamente, se habían abonado a Comtech. Actualmente, Comtech es propiedad de TELGUA, y son múltiples las empresas privadas que prestan el servicio.

Díaz (2004: p. 39) indica que “la televisión por cable irrumpió en los hogares guatemaltecos en los primeros años de los ochenta. Los niños que nacieron a partir de esos años, así como quienes tenían cinco o menos años han vivido inmersos en el mundo de la televisión por cable”. Indica que así como se llama “hijos de la televisión” a las generaciones nacidas en los sesenta y setenta, para el caso de Guatemala, es válido decir que quienes nacieron en los últimos quince años pueden ser llamados “hijos del cable”.

Además, el autor expone que la televisión vía satélite es más atractiva y cautivadora que la televisión local. En consecuencia se da la tendencia de desplazarse o cambiarse a la CATV, en detrimento de la sintonía de canales locales. La televisión por cable siempre supera la audiencia de los canales locales. En general, el tiempo de ocio de los suscriptores es absorbido por la CATV.

Búcaro (2003: p. 46) afirma que “la mayor innovación en Guatemala ha sido la introducción de la televisión por cable, la cual no está sujeta a controles y leyes de calidad. Sin embargo, la introducción del cable ha facilitado de modo extraordinario un intercambio de comunicación por televisión a nivel departamental y también municipal que nunca antes se había visto en la historia de Guatemala”. Agrega que actualmente existen varias experiencias de transmisión vía cable de telenoticieros departamentales, programas educativos y revistas culturales que incorporan temas relacionados con los derechos de los pueblos indígenas, la situación de recursos naturales o entrevistas con profesionales de la salud, derecho y otras áreas.

Según García (2003: p. 8) “la televisión por suscripción o pagada en las casas particulares fue autorizada por el Ministerio de Comunicación del Gobierno, en la década de 1980. En Guatemala se puede encontrar variedad de canales por vía satélite o televisión por cable, que ha permitido un mayor desarrollo del medio.”

2.2 Tipos de señales por televisión

Es diferente planificar un programa de televisión que se transmitirá en televisión abierta a uno por cable, ya que va dirigido a públicos diferentes. Primeramente, se debe tener una idea clara de la diferencia entre ambas señales y las diferentes formas de transmisión que existen. El siguiente capítulo fue tomado de la página de internet <http://arieldx.tripod.com/manualdx/bandas/vhf.htm>, agregando algunos conceptos de otros autores para ampliar los temas.

2.2.1 Términos importantes

- **VHF**

VHF (*Very High Frequency*) es la banda del espectro electromagnético que ocupa el rango de frecuencias de 30 MHz a 300 MHz. Sistemas que funcionan en VHF: televisión, radiodifusión en FM, banda aérea, satélites, comunicaciones entre buques y control de tráfico marítimo.

A partir de los 50 MHz encontramos frecuencias asignadas, según los países, a la televisión comercial, son los canales llamados "bajos" del 2 al 13.

Entre los 88 y los 108 MHz encontramos frecuencias asignadas a las radios comerciales en Frecuencia Modulada o FM. Se le llama "FM de banda ancha" porque para que el sonido tenga buena calidad es preciso aumentar el ancho de banda.

Entre los 108 y 136.975 Mhz se encuentra la banda aérea, usada en aviación.

En 137 MHz encontramos señales de satélites meteorológicos.

Entre 144 y 146 MHz, incluso 148 MHz en la Región 2, encontramos las frecuencias de la banda de 2m de radioaficionados.

Entre 156 MHz y 162 MHz, se encuentra la banda de frecuencias VHF internacional reservada al servicio radio marítimo.

Por encima de esa frecuencia encontramos otros servicios como bomberos, ambulancias y radio-taxis.

Entre 170 y 173 Mhz, en México, se encuentran asignados 12 canales para uso exclusivo de los Ferrocarriles, para comunicaciones entre despachadores de trenes y tripulaciones, así como para comunicación entre tripulaciones en camino o servicios de patio. Las comunicaciones aeronáuticas en su gran mayoría se realizan en la banda VHF y van de 118.0 MHz a 136.0 MHz.

- **UHF**

UHF (*Ultra High Frequency*, frecuencia ultra alta) es una banda del espectro electromagnético que ocupa el rango de frecuencias de 300 MHz a 3 GHz. En esta banda se produce la propagación por onda espacial troposférica, con una atenuación adicional máxima de 1 dB (decibelio) si existe despejamiento de la primera zona de Fresnel.

Uno de los servicios UHF más conocidos por el público son los canales de televisión tanto locales como nacionales. Según los países, algunos canales ocupan las frecuencias entre algo menos de 470 MHz y unos 862 MHz.

Características y ventajas de la banda UHF:

La transmisión punto a punto de ondas de radio se ve afectada por múltiples variables, como la humedad atmosférica, la corriente de partículas del sol llamada viento solar, y la hora del día en que se lleve a efecto la transmisión de la señal. La energía de la onda de radio es parcialmente absorbida por la humedad atmosférica (moléculas de agua). La absorción atmosférica reduce o atenúa la intensidad de las señales de radio para grandes distancias. Los efectos de la atenuación aumentan de acuerdo a la frecuencia. Usualmente, las bandas de señales de UHF se degradan más por la humedad que bandas de menor frecuencia como la VHF. La capa de la atmósfera, denominada ionósfera, puede ser útil en las transmisiones a distancias largas de señales de radio con frecuencias más bajas (VHF, etc.).

- **DVB**

Digital Video Broadcasting (DVB) es una organización de televisión digital, que promueve estándares aceptados internacionalmente, en especial para HDTV (la televisión de alta definición TVAD, también conocida como HDTV *High Definition Television*, en inglés) y televisión vía satélite, así como para comunicaciones de datos vía satélite.

El acceso unidireccional no es de banda ancha, ya que se realiza combinando el acceso a Internet tradicional, vía RTB/RDSI, más el módem univía de acceso satelital DVB.

El DVB (Digital Video Broadcasting) es un organismo encargado de crear y proponer los procedimientos de estandarización para la televisión digital compatible. Está constituido por más de 270 instituciones y empresas de todo el mundo. Los estándares propuestos han sido ampliamente aceptados en Europa y casi todos los continentes, con la excepción de Estados Unidos y Japón donde coexisten con otros sistemas propietarios. Todos los procedimientos de codificación de las fuentes de vídeo y audio están basados en los estándares definidos por MPEG.

- **TDT**

Televisión Digital Terrestre o TDT es la transmisión de imágenes en movimiento y su sonido asociado (televisión) mediante una señal digital (codificación binaria) y a través de una red de repetidores terrestres.

- **Televisión Abierta**

Es un sistema de televisión al cual pertenecen los canales que se pueden sintonizar con el simple hecho de tener un aparato televisor. Estos canales transmiten generalmente en sistemas VHF o UHF. Suelen ser los llamados “Canales Nacionales”.

Fernández (2004: p. 3) afirma que “los canales de televisión abierta, son aquellos medios de comunicación en televisión guatemalteca a los cuales toda la población tiene acceso, sin necesidad de pagar una cuota mensual por el servicio de transmisión”.

- **Televisión Cerrada (Televisión de paga)**

Son los sistemas de televisión del cual forman parte los canales que tienen bandas de transmisión que solamente pueden ser captadas por un sistema especial otorgado por un proveedor, a cambio de una remuneración económica. En este grupo se encuentran los sistemas de cable.

2.2.2 Sistemas de difusión Televisiva

- **Difusión analógica**

La televisión hasta tiempos recientes, principios del siglo XXI, fue analógica totalmente y su modo de llegar a los televidentes era mediante el aire con ondas de radio en las bandas de VHF y UHF. Pronto salieron las redes de cable que distribuían canales por las ciudades. Esta distribución también se hacía con señal analógica, las redes de cable deben tener una banda asignada, más que nada para poder realizar la sintonía de los canales que llegan por el aire junto con los que llegan por cable. Su desarrollo depende de la legislación de cada país, mientras que en algunos de ellos se desarrollaron rápidamente, como en Inglaterra y Estados Unidos, en otros como España no habían tenido casi importancia hasta que a finales del siglo XX la legislación permitió su instalación.

El satélite, que permite la llegada de la señal a zonas muy remotas y de difícil acceso, y su desarrollo, a partir de la tecnología de los lanzamientos espaciales, permitió la explotación comercial para la distribución de las señales de televisión. El satélite realiza dos funciones fundamentales, la de permitir los enlaces de las señales de un punto a otro del orbe, mediante enlaces de microondas, y la distribución de la señal en difusión.

Cada uno de estos tipos de emisión tiene sus ventajas e inconvenientes, mientras que el cable garantiza la llegada de la señal en estado óptimo, sin interferencias de ningún tipo, precisa de una instalación costosa y de un centro que realice el embebido de las señales, conocido con el nombre de *cabecera*. Solo se puede entender un tendido de cable en núcleos urbanos donde la aglomeración de habitantes haga rentable la inversión de la infraestructura necesaria. Otra ventaja del cable es la de disponer de un camino de retorno que permite crear servicios interactivos independientes de otros sistemas (normalmente para otros sistemas de emisión se utiliza la línea telefónica para realizar el retorno). El satélite, de elevado costo en su construcción y puesta en órbita permite llegar a lugares inaccesibles y remotos. También tiene la ventaja de servicios disponibles para los televidentes que posibilitan la explotación comercial y la rentabilidad del sistema. La comunicación vía satélite es una de las más importantes en la logística militar y muchos sistemas utilizados en la explotación civil tienen un trasfondo estratégico que justifican la inversión económica realizada. La transmisión vía radio es la más popular y la más extendida. La inversión de la red de distribución de la señal no es muy costosa y permite, mediante la red de reemisores necesaria, llegar a lugares remotos, de índole rural. La señal es menos inmune al ruido y en muchas ocasiones la recepción se resiente. Pero es la forma normal de la difusión de las señales de TV.

- **Televisión de antena**

García (2003: p. 8) expresa que “la televisión de antena para comunidades tuvo por objeto al principio proporcionar una buena transmisión a personas que no podían recibir señales perfectas. Se trata de mejorar con ella las transmisiones para familias situadas en zona de población dispersas, que no presentaban perspectivas para la creación de nuevas estaciones”.

- **Difusión digital**

Esta forma de difusión se ha mantenido con el nacimiento de la televisión digital con la ventaja de que el tipo de señal es muy robusta a las interferencias y la norma de emisión está concebida para una buena recepción. También hay que decir que acompaña a la señal una serie de servicios extras que dan un valor añadido a la programación y que en la normativa se ha incluido todo un campo para la realización de la televisión de pago en sus diferentes modalidades.

La difusión de la televisión digital se basa en el sistema DVB *Digital Video Broadcasting* y es el sistema utilizado en Europa. Este sistema tiene una parte común para la difusión de satélite, cable y terrestre. Esta parte común corresponde a la ordenación del flujo de la señal y la parte no común es la que lo adapta a cada modo de transmisión. Los canales de transmisión son diferentes, mientras que el ancho de banda del satélite es grande el cable y la vía terrestre lo tienen moderado, los ecos son muy altos en la difusión vía terrestre mientras que

en satélite prácticamente no existen y en el cable se pueden controlar, las potencias de recepción son muy bajas para el satélite (llega una señal muy débil) mientras que en el cable son altas y por vía terrestre son medias, la misma forma tiene la relación señal-ruido.

Los sistemas utilizados según el tipo de canal son los siguientes, para satélite el DVB-S, para cable el DVB-C y para terrestre (también llamado terrenal) DVB-T. Muchas veces se realizan captaciones de señales de satélite que luego son metidas en cable, para ello es normal que las señales sufran una ligera modificación para su adecuación a la norma del cable.

- **Televisión terrestre**

La difusión analógica por vía terrestre, por radio, está constituida de la siguiente forma: del centro emisor se hacen llegar las señales de vídeo y audio hasta los transmisores principales situados en lugares estratégicos, normalmente en lo alto de alguna montaña dominante. Estos enlaces se realizan mediante enlaces de microondas punto a punto. Los transmisores principales cubren una amplia zona que se va rellenando, en aquellos casos donde haya sombras, con reemisores. La transmisión se realiza en las bandas de UHF y VHF, aunque esta última está prácticamente extinguida ya que en Europa se ha designado a la aeronáutica y a otros servicios como la radio digital. En América y países pequeños aún es utilizada.

La televisión digital terrestre en los EE.UU., utiliza la norma ATSC *Advanced Television System Committee* que deja sentir la diferente concepción respecto al servicio que debe tener la televisión y el peso de la industria audiovisual y cinematográfica estadounidense. La televisión estadounidense se ha desarrollado a base de pequeñas emisoras locales que se unían a una retransmisión general para ciertos programas y eventos, al contrario que en Europa donde han primado las grandes cadenas nacionales. Esto hace que la ventaja del sistema europeo, que puede crear redes de frecuencia única para cubrir un territorio con un solo canal, no sea apreciada por los norteamericanos. El sistema estadounidense no ha prestado atención a la eliminación del eco. La deficiencia del NTSC es una de las causas de las ansias para el desarrollo de un sistema de TV digital que ha sido asociado con el de alta definición.

- **Televisión por cable**

La televisión por cable surge por la necesidad de llevar señales de televisión y radio, de índole diversa, hasta el domicilio de los abonados, sin necesidad de que éstos deban disponer de diferentes equipos receptores, reproductores y, sobre todo, de antenas.

Precisa de una red de cable que parte de una *cabecera* en donde se van embebiendo, en multiplicación de frecuencias, los diferentes canales que tienen

orígenes diversos. Muchos de ellos provienen de satélites y otros son creados expresamente para la emisión por cable.

La ventaja del cable es la de disponer de un canal de retorno, que lo forma el propio cable, el cual permite poder realizar una serie de servicios sin tener que utilizar otra infraestructura.

La dificultad de tender la red de cable en lugares de poca población hace que solamente los núcleos urbanos tengan acceso a estos servicios.

La transmisión digital por cable está basada en la norma DVB-C, muy similar a la de satélite, y utiliza la modulación QAM.

Cardona (2009) indica las principales características de la televisión por cable:

Aunque existen diversas topologías de red se pueden describir elementos importantes de una red CATV. El autor indica que los elementos componentes de la red son:

Cabecera: es el centro de la red encargado de agrupar y tratar los diversos contenidos que se van a transmitir por la red. Contiene receptores de programas vía satélite, otros de televisión terrestre o señales de video procedentes de un centro de producción local; por lo que existen entradas de **matriz**, que puede ser de distinto número, tantas como canales facilite el operador de la red.

Después de pasar por la matriz, las señales de video son moduladas para colocar a cada una de ellas en un canal distinto y poder agruparlas en el combinador para formar la señal compuesta que se enviará al Terminal Cabecera de Red situado en la misma localidad de la Cabecera.

Terminal Cabecera de Red: es el encargado de recibir la señal eléctrica generada en la Cabecera y transforma la señal en señal óptica, para su envío por fibra a los diversos centros de distribución repartidos por la población.

Centro de distribución: en este lugar la señal óptica se convierte nuevamente en eléctrica y se divide para aplicarla a los distribuidores. En cada distribuidor tenemos un amplificador para elevar el nivel de la señal. A continuación se convierte nuevamente en óptica y mediante fibra se encamina hasta la proximidad de los edificios a servir, es lo que se denomina “fibra hasta la acera”, aunque esto no sea enteramente exacto.

Terminaciones de Red Óptica: Es el último eslabón de la red. Colocadas generalmente en zonas comunes de los edificios, como garajes o cuartos de contadores, sirven de terminal de las “fibras hasta la acera”.

- **Televisión por satélite**

La difusión vía satélite se inició con el desarrollo de la industria espacial que permitió poner en órbita geoestacionaria satélites con transductores que emiten señales de televisión que son recogidas por antenas parabólicas.

El alto costo de la construcción y la puesta en órbita de los satélites, así como su vida limitada de los mismos se ve aliviado por la posibilidad de la explotación de otra serie de servicios, como los enlaces punto a punto, para cualquier tipo de comunicación de datos. No es desdeñable su uso militar, aunque parte de ellos sean de aplicaciones civiles, ya que buena parte de la inversión es con presupuesto militar.

La ventaja de llegar a toda la superficie de un territorio concreto facilita el acceso a zonas muy remotas y aisladas. Esto hace que los programas de televisión lleguen a todas partes.

La transmisión vía satélite digital se realiza bajo la norma DVB-S, la energía de las señales que llegan a las antenas es muy pequeña aunque el ancho de banda suele ser bastante grande.

2.3 Producción Televisiva

García (2003: p. 25) informa que “el video hizo su aparición cuando la televisión ya estaba implantada desde hacía veinte años. El video es un sistema de almacenamiento de imágenes en movimiento y sonidos sincronizados, que utiliza por lo general procedimientos magnéticos. Posibilita la reproducción de las imágenes grabadas tantas veces como se quiera y se distingue del cine en que no utiliza un soporte químico-fotográfico.”

2.3.1 Formatos de televisión

García (2003: p. 26) define los formatos de televisión como “todos aquellos sistemas de video cuyas aplicaciones se encuentran entre el nivel doméstico de 8mm. O de media pulgada y a nivel profesional de 1 y 2 pulgadas.” La mayor utilidad de estos sistemas está en el terreno de la enseñanza, publicidad, noticias, etc. Actualmente las cintas han pasado a segundo plano debido a la tecnología digital.

El autor afirma que algunos de los formatos de televisión existentes son:

Broadcast: Betacam SX, Betacam Digital, Betacam SP, Betacam, HD. El sistema Betacam es original de Sony e hizo su aparición en el año 1981. Su

principal novedad fue el lanzamiento como camascopio (cámara y magnetoscopio integrado en un solo cuerpo) y la utilización del cassette Betacam.

Profesional: DV Cam, DVC PRO, S VHS. Este video profesional se considera dentro de los magnetoscopios dirigidos a la radiodifusión de organismos públicos o privados, cumpliendo con los parámetros de calidad que garanticen la compatibilidad de las grabaciones.

Semi-Profesional: Mini DV, HI 8 Digital.

Tecnología Digital: DVD. Se cuenta con las posibilidades de una mejor definición de imagen, al permitir que el material no sufra degeneración y que conserve su calidad y nitidez.

Casero: 8mm, VHS, HI8.

2.3.2 Gramática Visual

García (2003: p. 28) afirma que “el lenguaje visual de la televisión procede del cinematográfico y se expresa mediante determinados emplazamientos de la cámara o encuadres, y los diversos movimientos de la misma, que es imprescindible señalar en televisión.”

En la televisión nacional e internacional, muchas veces dicho lenguaje ha perdido su valor formal, pero es necesario conocer la exactitud de los términos si se quiere iniciar en la producción televisiva. El siguiente glosario de términos se desarrolla en base a lo expuesto por García (2003) en su tesis “La computación como herramienta en la producción televisiva”, así como notas propias tomadas a lo largo de la carrera de Publicidad Profesional. Además, se amplía con notas de otros autores.

2.3.2.1 Encuadres

Cada emplazamiento de la cámara se planea, según el efecto o impresión que se desea. Los principales encuadres son:

- **Plano general o long shot:** es una vista de conjunto que sirve para situar la escena.
- **Plano medio o médium shot:** abarca parte del escenario o decorado y a varios personales de pie, incluyendo un espacio o aire arriba. La toma es desde la cintura hacia arriba.
- **Plano americano o médium close:** muestra a uno o más personajes a partir de las rodillas.

- **Primer plano o close up:** es el acercamiento de un objeto completo o del rostro de una persona.
- **Acercamiento o close shot:** es el encuadre de parte de un objeto o de un rostro.
- **Gran acercamiento o big close up:** enfoca sólo la fracción de un objeto o algún rasgo de un rostro.
- **Product shot:** acercamiento en el que se presenta de la manera más ventajosa al producto o persona.
- **Single shot:** acercamiento de un individuo de acuerdo a lo que se busca.
- **Two shot:** acercamiento de dos individuos que interesan.
- **Full leng shot:** toma de todo el grupo de una escena.

2.3.2.2 Movimientos de cámara

Se refiere a los movimientos de la cámara, expresándose en aproximación o retroceso a un objeto o persona, dentro de una escena.

- **Zoom in:** la lente de la cámara se aproxima lenta o rápidamente a un punto determinado en la escena.
- **Zoom out:** la lente de la cámara se aleja.
- **Dolly in:** todo el cuerpo de la cámara, se aproxima a un punto. Puede deslizarse a mano o sobre rieles.
- **Dolly back:** todo el cuerpo de la cámara se aleja de un punto de la escena o de un personaje.
- **Tilt up:** cuando la cámara se inclina hacia arriba lentamente.
- **Tilt down:** el cuerpo de la cámara se dirige hacia abajo.
- **Travelling:** desplazamiento de la cámara sobre unos rieles o sobre el hombro.

- **Paneo:** giro de la cámara de izquierda a derecha o viceversa.
- **Grúa móvil:** movimiento por todas las áreas de un escenario.

2.3.2.3 Efectos ópticos

Son efectos que se utilizan para darle unión, entrada o salida a las tomas.

- **Fade in:** toma de una imagen que emerge de negro a plena exposición.
- **Fade out:** disolvencia de una toma de plena exposición hasta negro.
- **Overlap:** traslape de dos escenas.
- **Flip:** efecto óptico para dar la impresión de que una escena se voltea y se ve la cara opuesta con otra escena.
- **Matt dissolve:** disolvencia de una imagen que empata perfectamente con otra que aparece.
- **Split screen:** Doble pantalla. Toma dividida en dos que muestra una acción diferente en cada una de las partes.
- **Still:** congelamiento o parada de movimiento en play back.
- **Super:** sobreposición de una imagen sobre otra.
- **Dissolve:** Disolvencia, es un efecto óptico de aparecer una imagen sobre otra.
- **Chroma key:** equipo para lograr efectos ópticos de color que no registra el azul o verde.

Según el Manual de Publicidad (1993) es necesario el siguiente equipo para efectos ópticos en la producción televisiva:

- **Swither:** mezclador de imágenes, con dispositivo para negativo y positivo.
- **Wiper:** barredor de imágenes.
- **Effect generator:** equipo para mezclar imágenes, hacer disolvencias, sobreposiciones, inserciones de esquina, centro, etc.
- **Telecine:** adaptador de proyección de films y diapositivas.

2.3.2.4 Iluminación

La iluminación del ambiente es importante para obtener una excelente imagen y buenos contrastes tonales. El sol es el elemento clave para iluminar una grabación. Al lado, la luz del sol da más cuerpo, arriba da demasiada sombra en la cara y por la tarde da una silueta acorde a las necesidades.

Un estudio de televisión debe contar con el equipo de iluminación apropiado, según el tamaño del lugar y ubicación de la escenografía, así como los fines visuales que se desean obtener.

La luz artificial se utiliza como relleno durante una grabación o filmación de una producción de televisión, o es la principal iluminación si se realiza dentro de un foro. A continuación se mencionan algunos tipos de iluminación:

- **Back light:** luz de fondo que se usa en filmación y que proviene de atrás de la persona.
- **Spot light:** foco o rayo de luz de diferente dimensión para iluminar el set.
- **Front Light:** luz que ilumina de frente o a los lados.
- **Pantalla:** suele utilizarse, generalmente, en grabaciones al aire libre, y consta de pantallas de tela o papel de colores blanco y plateado, que se usan como espejo para reflejar la luz solar o artificial.

2.3.2.5 Audio

Es el complemento que refuerza la atención de una persona. Se mencionan los siguientes comandos.

- **Track:** canal o pista en que se graba el audio.
- **Sound track:** pista grabada con sonido o voces.
- **Music track:** grabación de música sola que va de fondo.
- **Sneak:** música que se va introduciendo desde muy bajo hasta llegar al volumen deseado.
- **Sound effects:** efectos de sonido de diferente tipo.
- **Up, under, down:** términos usados para indicar el volumen que deba darse a la música que se está grabando, especialmente si ésta va de fondo.
- **Dub:** doblar, grabar otra voz sobre una imagen pregrabada.

- **Lip synchronization:** Sincronía de movimiento de labios para que corresponda a las palabras o voces grabadas.
- **Voice-off:** voz fuera. Tomas en la que se escucha la voz de una persona que no aparece en la escena.

2.3.2.5.1 Micrófonos

Martínez (2009) afirma que para registrar el sonido la televisión cuenta con los micrófonos, los cuales por su forma de capturar el sonido se clasifican en:

- **Direccionales:** Tiene una gran capacidad para captar el sonido, recoge la señal de forma cónica. Se apunta al objetivo emisor de sonido o voz y lo captura, evitando los ruidos fuera de su objetivo. También es conocido como “boom”. Es utilizado en exteriores, donde el sonido de ambiente es muy fuerte.
- **Omnidireccionales:** La señal que capta se puede ubicar a ciento ochenta grados de la punta del micrófono. Capta frecuencias en forma de medio círculo. Es muy común en los micrófonos de solapa o “lavaliers”.
- **Cardioide:** Es un micrófono peculiar, su nombre se deriva del tipo de señal que capta, que tiene casi una forma de corazón. Capta sonidos que se localizan atrás del objetivo a grabar. Es usado para registrar la naturaleza, en documentales y musicales.

Todos los sistemas se utilizan mediante cables o por sistema inalámbrico.

2.4 Programa de televisión

Según Cardona (2009: p.41) un programa de televisión “es un conjunto de emisiones periódicas, agrupadas bajo un título o cabecera común, en las que, a modo de bloque, se incluye la mayor parte de los contenidos audiovisuales que se ofrecen por televisión. En el ámbito profesional televisivo, no son considerados programas los bloques de contenidos dedicados a las autopromociones, a la continuidad y a la publicidad convencional.”

Según este uso, se denomina programa a cada bloque de contenidos que se ofrece por televisión, independientemente de que se trate de una producción unitaria o periódica. Una película de cine difundida por televisión sería un programa, del mismo modo que un episodio o capítulo de una serie. El programa se entendería así como la unidad utilizada en la programación televisiva.

Agrega el autor, que un último uso es el que se emplea en la propia jerga televisiva. Los profesionales del medio usan este vocablo en oposición a los contenidos informativos, deportivos y de ficción que se emiten por televisión. Según esta acepción, una serie, una película, un partido de fútbol o un noticiero no serían un programa, término que quedaría reservado a las restantes líneas de programación (concursos, magazines, reality shows, late shows, etc.), a las que también se conoce con el nombre genérico de entretenimiento o variedades. Tal distinción obedece a la forma en que la mayoría de las cadenas organizan sus distintas áreas de producción.

Roque (2007) hace una clasificación de tres tipos de programas existentes de acuerdo a su realización:

- **Programas en Directo:** Se les denomina así a los transmitidos en directo desde los estudios, o en cualquier otro lugar y la señal se recibe por medio de satélite en el mismo momento en que está sucediendo el evento, aunque estuviera del otro lado del mundo. En este tipo de programas hay que tener una buena preparación, ya que si se comete algún error no habrá forma de corregirlo.
- **Programas Control Remoto:** Se realizan en el exterior del estudio. Son pequeñas cápsulas que se elaboran con información previa y que en un momento dado se enlazan con el programa. Pueden realizarse como un programa independiente fuera del estudio y sin preocuparse de la escenografía, ya que se pretende resaltar el lugar donde se transmite. Pueden ser en directo o pregrabados.
- **Programas Pregrabados:** En ellos hay menos tensión en cuanto a cometer errores, ya que sí se equivocan, se repite o se corrige en la edición; el problema es que al abusar de ello se lleva más tiempo del previsto para finalizarlo. Por su naturaleza suele tener mejor presentación y acabado, ya que hay más tiempo y se cuenta con recursos en la edición, dando como resultado un programa estético a nivel visual.

García (2003: pp. 12-13) hace las siguientes definiciones respecto a las realizaciones televisivas:

Una producción de televisión, es la realización de cualquier pieza o contenido televisivo.

Un Programa de televisión, es la exposición de las partes en que se han de componer ciertos actos o espectáculos. Pueden ser:

- **Programa de acción:** presenta una trama muy agitada, sucediendo varias cosas.

- **Programa cultural:** dedica su contenido especialmente a conocer sobre algún tema para formación.
- **Programa de entretenimiento:** se dirige a la recreación de la audiencia e incluye canciones, juegos, humor entrevistas, etc.
- **Programa infantil:** se dirige hacia los niños.
- **Programa Juvenil:** se orienta a los jóvenes y sus problemas.
- **Programa musical:** compuesto totalmente de música.
- **Programa ómnibus:** tiene larga duración y está integrado por secciones o microprogramas de diversa índole y contenido.
- **Programa de pauta:** su contenido es generalmente cultural realizado por la propia empresa emisora, sin patrocinio ni auspicio comercial.
- **Programa en vivo:** se realiza en el momento mismo de producirse, generalmente en el estudio y con la colaboración del público asistente.
- **Programa de variedades:** se realiza por medio de un conductor donde se dan una serie de intervenciones artísticas.
- **Noticiero o informativo:** es el que está integrado en su totalidad por hechos noticiosos de actualidad.
- **Reportaje:** narración de un hecho trascendental o educacional, con cualquiera de las técnicas de comunicación.
- **Documental:** película de carácter instructivo y generalmente de corto metraje, cuya base es la presentación de diversas actividades físicas o intelectuales.
- **Tele revista:** consta de diferentes secciones y de temas diversos. Se presentan reportajes, entrevistas, videos, etc. Tal como una revista, cada segmento es diferente al otro y se trata de informar sobre distintos tópicos.

El autor (2003: p. 13) expresa que “la tele audiencia en la mayoría de ocasiones dará una oportunidad a lo que sale en una pantalla chica, captándose la atención por un título llamativo. El aparato de la televisión junto con el video, hace posible que los espectadores oyentes en el ambiente particular de su hogar, puedan encontrar comodidad.” En realidad la televisión no llega hasta los hogares, sino que en su aspecto emocional, son los televidentes quienes se trasladan por un espacio de tiempo a donde la televisión los conduce.

Mcluhan (1996) hace una clasificación de los programas de televisión según su contenido, agrupándolos en tres categorías, a manera de los géneros que responden a las funciones sociales del medio: los informativos, los educativo-culturales y los de entretenimiento.

Por su parte, Eurasquin (1988: p. 63) manifiesta que “la televisión funciona como un medio electrónico de información y entretenimiento que adapta sus programas a los gustos del auditorio, o al menos así lo justifica, al mismo tiempo que también ejerce influencia sobre las preferencias del mismo y los sistemas de comunicación que se establecen en el público en general.”

2.4.1 Producción de un Programa de Televisión

Según la página de Internet <http://productiontv.pbworks.com/%C3%8Dndice-#Diseñodelproyecto> el proceso completo de creación comprende desde la escritura del guión, elaboración de un presupuesto, contratación de personal creativo, diseño de decorados y ensayos antes de que se comience a filmar. Tras el rodaje, el proceso de posproducción incluye la edición en vídeo, además de añadir sonido, música y efectos visuales.

Las tres formas básicas de programas televisivos son los de ficción, no ficción y programas en directo. Los programas de ficción son sobre todo series de sobremesa, comedias de situación, series dramáticas y películas para televisión, incluyendo las mini series (una película en varias partes). Los programas de no ficción más habituales son los concursos, debates, noticiarios y magazines (espacios informativos que se nutren de noticias variadas dentro de un formato que busca el entretenimiento). La televisión en directo se limita, generalmente, a los deportes, entregas de premios, cobertura de noticias en telediarios y algunos espacios diarios de testimonios o debates.

La mayoría de programas de televisión están producidos por compañías ajenas a la cadena que los emite, a la que venden los derechos de emisión. La cadena financia la producción vendiendo espacios publicitarios a sus patrocinadores.

El diseño y producción de las imágenes en televisión corresponde hoy día a un esquema estandarizado y aceptado convencionalmente en todos los países. La operación de los instrumentos necesarios para poner en funcionamiento una estación transmisora, exige la colaboración continua y sincronizada de un numeroso equipo humano, entre profesionales, técnicos y personal administrativo. Todos con un objetivo común: lanzar al aire una señal electromagnética que contiene información codificada, la cual al ser captada por un receptor dará como resultado un programa de imagen y sonido, cuya duración puede abarcar las 24 horas del día.

Todo comienza en un espacio especialmente construido y acondicionado para evitar interferencias por el ruido de la calle y por las condiciones variables de la luz natural. Un estudio de televisión es un espacio cerrado que dispone de un sistema de iluminación artificial compuesto de reflectores de alta potencia, capaces de

iluminar un área de varias docenas de metros cuadrados y, en algunos casos, espacios tan grandes como el de un auditorio con cupo para cientos de personas.

Este espacio cuenta con un aislamiento acústico que impide que el ruido del exterior entre al estudio y se registre en los micrófonos. El estudio propiamente dicho es un espacio reservado para los actores o presentadores. Aquí se colocan la escenografía y el decorado para ambientar las series o los noticieros. Este espacio es conocido con el nombre de foro o set.

Frente al foro se encuentra, generalmente, un sistema de tres cámaras de televisión (pueden ser más o menos) que registra simultáneamente la misma acción, desde diferentes puntos de vista, en un ángulo de visión que varía entre los 90 y 180 grados.

El sonido (audio) se registra con un micrófono muy sensible colocado en una barra móvil (boom) que pende sobre las cabezas de los actores o conductores. El audio también puede registrarse con pequeños micrófonos (levaliere) prendidos en el vestido de los actores o conductores. En el foro intervienen, además de los camarógrafos, iluminadores, sonidistas, apuntadores, escenógrafos y otros técnicos especializados. Toda la actividad del foro la conduce y organiza un jefe de piso (floor manager) quien, a su vez, recibe instrucciones desde la cabina de control.

La imagen registrada por las cámaras se envía por medio de cables al interior de una cabina, desde donde se conduce la acción del foro. Las señales de video de las cámaras se reciben en una consola mezcladora (mixer), que opera un técnico (switcher). Éste observa las imágenes en monitores de televisión, las selecciona y las mezcla, estableciendo el orden en que serán grabadas o enviadas al control central para su inmediata transmisión. El switcher es el encargado de dar indicaciones a los camarógrafos de cómo y cuándo emplazar las cámaras y de efectuar los encuadres precisos.

Desde la cabina del estudio se controla también la iluminación y la inserción de fondos musicales, de fotografías fijas (stills) o de películas filmadas que complementen la transmisión en directo. El sonido que proviene del estudio (audio) se acopla a una consola independiente del video. En la consola, el audio se puede modificar (distorsionar, amplificar o mezclar), o añadirle un fondo musical para conferirle un carácter particular.

La tarea de control de sonido la realiza un operador de audio, quien se encuentra en el interior de la cabina junto con el responsable de la producción del estudio: el director del programa. El director es el profesional que cuenta con mayor experiencia y puede resolver y conducir toda la actividad técnica y artística. Éste se apoya en un asistente de dirección, quien se encarga de la ejecución del guión y de algunos aspectos de la producción.

Pero la aportación más asombrosa es la aplicación gráfica de los equipos computarizados. Es el caso del Chyron, un generador digital de barras, líneas y gráficas en movimiento, con texturas y colores, o el Mirage, que puede distorsionar esféricamente o colocar en perspectiva una imagen fragmentándola en pequeños

cuadritos. La utilización de los equipos de cómputo es indispensable. Un ejemplo representativo de estos instrumentos es el lápiz y la paleta electrónica, conocidos comercialmente como Paint Box.

Este aparato es capaz de estructurar cualquier figura geométrica regular o irregular y "pintarla" con una gama de 16 millones de colores (variando matices, tonos, saturaciones, brillo, color, contraste, etcétera). También es posible animar tales figuras, pintar o borrar secciones, cuadro por cuadro (un segundo de video tiene 30 cuadros), e incluso se puede separar cada punto de la estructura visual del monitor (píxeles) y darle un tratamiento de forma, color y volumen con un alto grado de definición.

El equipo de producción para un programa de televisión está formado por personal creativo como actores, guionistas, directores y productores, además de una plantilla técnica de operadores de cámara, electricistas y técnicos de sonido.

El productor ejecutivo es el responsable absoluto del proyecto y habitualmente es quien concibe la idea y se encarga de venderlo a las cadenas; debe responder del presupuesto y todo el equipo creativo, incluidos el director, guionistas y productor en línea, además de los principales protagonistas del reparto. El productor en línea, subordinado al productor ejecutivo, se encarga del plan de grabación, presupuesto, personal y todos los aspectos logísticos de la producción.

El guionista o guionistas desarrollan los guiones de cada programa. A menudo trabajan durante la pre producción y los ensayos para corregir los problemas que pudieran encontrar los conductores o directores o revisar el guión por problemas de presupuesto o producción.

El director, a las órdenes del productor ejecutivo, ayuda a elegir actores o conductores, localizaciones y el aspecto del diseño visual de la producción, como el vestuario. Además, el director se encarga de los movimientos de la cámara y es responsable de la interpretación de los actores. Después del rodaje edita la cinta en vídeo, a esto se le conoce como montaje del director.

Los conductores trabajan bajo las órdenes del director. Son elegidos por el productor, la mayor parte de las veces mediante una serie de pruebas. Habitualmente participan en ensayos previos al rodaje o grabación del programa. La figura del presentador es propia de los programas informativos, deportivos y de debates; en algunos casos aportan comentarios en directo, otras, sobre todo en el caso de los informativos, leen los contenidos en tarjetas o en un aparato llamado TelePrompTer, que muestra las palabras en una pantalla.

El jefe de producción es responsable de todos los elementos físicos de la producción, como el equipo, el personal o las localizaciones. Los ayudantes de dirección dependen del director y se encargan de organizar el set, los extras y cualquier otra cosa que pueda necesitar. El director de fotografía, que opera la cámara, se ocupa de la iluminación y el movimiento de la cámara.

El director artístico, responsable del diseño de producción, dirige el diseño, construcción y acabado de decorados y vestuario; a menudo tiene bajo su responsabilidad a maquilladores y peluqueros. El operador de cámara maneja la

plataforma móvil que sujeta la cámara (dolly) y otros instrumentos de apoyo, como los soportes que se utilizan para fijar la cámara a coches o grúas.

2.4.1.1 Sinopsis

Según Martínez (2009: p. 22) la sinopsis “es el texto que resume las características del programa, su temática y enfoque hacia el grupo objetivo, sus ventajas y oportunidades de éxito en la programación del canal donde será transmitida.”

Es la información específica de lo que se trata el programa, de forma breve, sencilla y clara. Contiene los segmentos y características principales del programa.

2.4.1.2 Pre-Producción

Afirma Martínez (2009) que se refiere a las actividades previas a la grabación, como la elaboración de un presupuesto, planificación y otros preparativos. El periodo de pre producción puede llegar a durar un mes en el caso de una película, o sólo una semana si se trata de un episodio para una comedia de situación. Las producciones más complejas, como telemaratones o ceremonias de entrega de premios en directo, pueden exigir meses de pre producción.

Las tres personas claves en este proceso son:

- Jefe de Producción
- Director
- Director de Casting

El jefe de Producción debe, en primer lugar, hacer un presupuesto provisional, contratar un manager de localizaciones y jefes para los distintos departamentos. Las primeras decisiones esenciales para la producción son la localización para la grabación y la calendarización de ésta.

El Director revisa el guión y hace los cambios que considera necesarios, empieza el proceso de selección de personal. Desde este momento todas las decisiones relacionadas con el reparto, personal creativo, localizaciones, horarios o componentes visuales debe contar con la aprobación del productor.

2.4.1.3 Producción

Durante la producción se graba todo lo necesario para el proyecto. Todos los programas de televisión se graban utilizando uno de los dos métodos básicos: la producción con una sola cámara y en película o la producción con varias cámaras y en vídeo. El método de una sola cámara se usa en la producción de películas para televisión y de la mayoría de las series dramáticas. El de cámaras múltiples es típico de las comedias de situación, programas de debate, telenovelas,

concursos y los magazines informativos, además de ser habitual en espacios en directo, como los acontecimientos deportivos, entregas de premios o telediarios. Algunos tipos de programa, como los de vídeos musicales o los reality shows (noticias de interés especial presentadas en un formato que tiende al espectáculo), emplean ambos métodos, el múltiple para la grabación en el estudio y el de una sola cámara para los exteriores.

El método de una sola cámara es casi idéntico al utilizado en películas teatrales. Se divide el guión en escenas y cada escena se graba desde una serie de ángulos.

El método de varias cámaras es más adecuado para grabar en estudio. Se colocan tres o cuatro cámaras de vídeo alrededor de la acción que tiene lugar en el decorado y las escenas se graban en secuencia. Cada operador trabaja según una lista de posiciones de la cámara y encuadres. Todas las cámaras juntas cubren los ángulos necesarios para la escena.

Gracias a los auriculares, el director se comunica con el equipo de cámaras para ordenar ajustes durante la grabación e indicar al director técnico que cámara utilizar en cada momento. El director técnico se asegura de que la toma quede grabada en una cinta máster. El resultado es un programa completo, que ya sólo necesita efectos de sonido, música, efectos ópticos y títulos sobre-impresionados.

2.4.1.4 Postproducción

La postproducción empieza cuando se completa la grabación y continúa hasta que el programa está listo para que la cadena lo emita. Las dos partes fundamentales de la post producción son la edición, o montaje, de la grabación en vídeo y la creación de una banda sonora completa.

La edición puede comenzar durante la producción. El montaje definitivo se entrega al departamento de sonido, que se encarga de preparar las pistas de sonido, efectos de sonido y diálogos y mezclarlas en una sola pista para tener la mezcla final (dubbing). La mezcla de sonido, puede llevar varios días en una película o sólo unas horas en programas grabados con varias cámaras.

El paso final de la postproducción es la adición de efectos ópticos, fundidos o virados por ejemplo, títulos de crédito y efectos especiales, como las animaciones, y la corrección del color.

En la producción de telenovelas, programas de debate y concursos, los efectos ópticos, títulos y música suelen incluirse durante la producción, lo que reduce mucho el tiempo de postproducción.

2.4.1.5 Transmisión

Terminada la etapa de postproducción existe tal cantidad de información que se hace necesario "detener" por un instante el flujo de señales, para reordenarlas y prepararlas para la siguiente fase: la modulación y envío al aire.

El centro de control (también llamado control maestro) es una cabina donde se encuentran un conjunto de monitores en los que se observa:

- 1.- La acción desarrollada en el estudio.
- 2.- Las imágenes fijas (stills) y efectos especiales.
- 3.- Los spots comerciales.
- 4.- La identificación de canal y estación.
- 5.- La imagen que en ese momento está al aire.

El control absoluto de audio y video de toda la estación se canaliza desde una consola mezcladora (mezcladora de presentación), la cual puede ser automática y diseñada para poner en marcha las reproductoras de video (VTR), los proyectores de cine, tocacintas y tornamesas. En la pared se instala un reloj alimentado por pulsos provenientes del mixer. También, un sistema de intercomunicación con el que se puede llamar y escuchar en cualquier rincón de la estación.

Al salir la señal del control maestro, ésta se halla lista para modularse y, finalmente, enviarla al aire. En esta etapa un generador de radiofrecuencia produce una oscilación continua y estable en un ancho de banda específico.

Dicha señal de radiofrecuencia "envuelve" el audio y el video, después estas señales se amplifican y se conducen a la antena de transmisión. Así, la señal compuesta (portadora) se difunde directamente en un área específica, calculando su cobertura de acuerdo con su potencia de emisión.

Cuando la señal compuesta sale de la antena, comienza otro proceso de emisión que sigue diferentes caminos:

- La señal se envía directamente a los receptores de los hogares.
- Se lleva a una estación retransmisora, ubicada estratégicamente en algún punto periférico de la zona metropolitana, y de ahí retransmitirse a otras repetidoras.
- Se manda a un satélite en órbita, el cual retransmitirá selectivamente a diferentes países.
- La señal sigue las anteriores trayectorias simultáneamente.

Una vez recibida la señal por los receptores, concluye este asombroso proceso de telecomunicación, pero comienza otro en el que intervienen fenómenos de percepción, internalización de valores, pautas de comportamiento, educación, socialización, política, etcétera. Este es sólo el principio.

2.4.2 Producción televisiva en Guatemala

2.4.2.1 Noticieros

Méndez (2001) afirma que los programas radiales fueron los que sirvieron de base para el inicio de la producción televisiva en Guatemala.

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

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

Agrega el autor que con el tiempo la televisión se estableció como un nuevo medio de difusión masiva en Guatemala y no podía faltar la información a la ciudadanía de los acontecimientos relevantes nacionales e internacionales, por lo que surge “Cuestión de Minutos” a iniciativa de Guillermo Figueroa de la Vega, transformándose en el “Decano de la Prensa Televisiva en Centroamérica” con 46 años de existencia. Paralelo a este programa, se mantuvo la producción “Tele Ultimas”, breve noticiario filmico que, gracias al dinamismo de su director Alfonso del Pinal, fue otro órgano informativo televisado.

La televisión se inició en Guatemala a finales de 1950 y como producto de la audiencia, los pioneros de la televisión nacional también produjeron un programa para contrarrestar el analfabetismo, siendo uno de los primeros programas de alfabetización en televisión en el mundo. El programa fue nombrado “Te-leemos”, y su transmisión fue muy bien recibida.

En el mismo ámbito de programas educativos nace “Tele-aula”, que fue transmitido en horario escolar y aprovechado por colegios e institutos de educación básica. Fue impartido por un excelente grupo de catedráticos seleccionados entre el magisterio nacional. También se deriva “Tele U” que pretendía llegar a un nivel superior.

En 1961 Canal 3 preparaba la presentación de un programa en vivo con artistas nacionales e internacionales, pero un incendio acabó con el estudio de televisión. Posteriormente, se trasladó a otro lugar.

Pineda (2000, p. 28) indica que “la principal producción televisiva en Guatemala han sido los telenoticieros. Entre los más importantes se puede mencionar: Teledeportivas, Cuestión de Minutos, Tele últimas, Tele Flash, Personalidades ante la cámara, De lunes a lunes, Reportajes Industriales de Guatemala, Recorte de Noticias en TV, Noti 7, TV Actualidades, Tele Reportajes de Guatemala, Estudio Abierto, Aquí el mundo, Tele Prensa, 7 Días, Tele Diario, Tele Diario 13”.

Además, de los últimos años se pueden mencionar Tele Centro 13 (Canal 13), Noticiero Guatevisión (canal Guatevisión) y Hechos Guatemala (del canal Tv Azteca Guatemala).

2.4.2.2 Programas

Méndez (2001) describe los programas de televisión producidos en nuestro país en los últimos 40 años; entre los más destacados se pueden mencionar:

- 1) *Mentes Sanas* inicia en 1973, dirigido por Rubén Alfonso Ramírez. Es un programa cultural y educativo, dirigido a los colegios e institutos del país.
- 2) *Azul* fue la primera telenovela guatemalteca, y única en su género.
- 3) En los años de 1970 surgieron varios programas que tuvieron bastante éxito por su calidad y producción. Entre ellos “*Show de Pumarejo*”, fue un programa de concursos, noticias y apoyo al artista nacional. Otro programa importante fue el “*Show de J.A. Guzmán*” dirigido por el periodista Carlos de Triana. El programa contaba con público en vivo, presentaba artistas y contaba con mucha variedad de contenido.
- 4) *Campaña y Venga con Chalo Venga* fueron programas de apoyo al artista nacional. Su formato era el “show de variedades”.
- 5) *Teledeportito* presentó noticias nacionales de los deportes, inició en 1978.
- 6) De 1981 a 1982 se presentó “*Juguemos a aprender*” que desarrollaba un tema mediante diálogos y canciones.
- 7) En la década de 1980 “*Musicalmente latino*” transmitía videos musicales y entrevistas con artistas.
- 8) En los programas infantiles se desarrollaron “*El Club de los Súper Chicos*” y “*La Madrina Carolina*”, más tarde cambió al nombre de “*Ginni la genio feliz*” en 1989. Fue un programa de entretenimiento infantil.
- 9) En 1987 nace “*Nuestro Mundo por la mañana*”, programa que incluye consejos de belleza, legales, salud, reportajes, etc. Dirigido a las amas de casa.
- 10) En 1990 nace “*Barriletes*”, conducido por niños que en su mayoría eran trabajadores y un científico adulto. Trataba temas educativos y de entretenimiento infantil. En ese mismo año se transmite la telenovela “*Esmeralda*” y “*Al filo de la ciudad*” producciones de Canal 5.
- 11) “*Tío Memo*” fue un programa donde se realizaban juegos y canciones de carácter infantil. Mantuvo un año de transmisiones desde 1991.
- 12) En 1997 nace el programa “*Aló que tal América*” programa de entretenimiento con formato preestablecido, pero de producción nacional. Contenía reportajes, entrevistas, pero sobre todo, juegos vía telefónica. Estuvo al aire durante varios años.

- 13) En 1999 “Aquí entre nos”, transmitía programación de entretenimiento familiar, con Mónica Sarmientos y Jorge Ramírez. En ese año también nace el programa “En la Mira con Cariño”, programa que incluye bromas en los diferentes puntos de la ciudad.
- 14) Más adelante inicia sus transmisiones “Moralejas”, programa cómico y de reflexión conducido y producido por Jaime y Samuel Morales.
- 15) En el año 2000 inicia “La Feria de la Alegría” programa de concursos y parodias para todo público. Duró un año y se dejó de transmitir por falta de financiamiento.

De los últimos 10 años se pueden destacar los programas “Con buena onda”, “Chiquirines Club”, “Nuestro Mundo Joven”, “Viva la Mañana”, “De Fiesta, con Nelson Leal”, y “Qué Chilero”, por la buena aceptación por parte del televidente.

2.5 Guatevision

La página de internet www.guatevision.com, afirma que “Guatevision es el canal de cable más visto en el país de Guatemala. Es transmitido por más de 250 operadores de cable, que le dan cobertura nacional.”

Informa que Guatevision nació para satisfacer las necesidades de entretenimiento e información de la audiencia (población guatemalteca, que tenga acceso a televisión por cable), buscando altos estándares de calidad, creatividad y responsabilidad social.

Agrega que “en la producción nacional, ha marcado una nueva era en los medios audiovisuales, al realizar programas dirigidos a los gustos y necesidades de los guatemaltecos.”

Pretende llevar una imagen innovadora y fresca a la televisión guatemalteca, resaltando su eslogan “un canal como debe ser”.

Poco a poco la televisión por cable ha llegado a penetrar en la Ciudad de Guatemala y sus departamentos, haciendo que Guatevision pueda llegar a más hogares. La audiencia de televidentes es bastante grande, sobre todo, en las emisiones de Noticieros.

El canal ha logrado gran aceptación entre el público del país, tanto así, que ya logra compararse en audiencia con canales extranjeros como “El canal de las estrellas”, “TV Azteca”, “Discovery” y “TNT”. Además, cabe destacar que el canal es transmitido en Estados Unidos, México y Centro América.

Las instalaciones del canal Guatevisión se encuentran en la Calzada Roosevelt 22-43, zona 11, Edificio Tikal Futura, torre Sol, piso 19.

Misión

Satisfacer las necesidades de información, educación y entretenimiento de la audiencia, cumpliendo a la vez con las exigencias de rentabilidad, buscando altos estándares de calidad, creatividad y responsabilidad social.

Visión

Es poder llenar una programación con producción netamente guatemalteca donde cada programa tenga un grupo objetivo meta y satisfaga plenamente sus necesidades de diversión, entretenimiento e información.

Ser el canal líder de la televisión por cable en Guatemala y la mejor opción para anunciantes y televidentes por nuestra cobertura y calidad de programación universal.

Cardona (2009: p. 17) indica que “el canal por cable Guatevisión fue fundado en 1999, por un grupo de empresarios del cable en Guatemala. En el año 2002 el consejo editorial de Prensa Libre compra el 71% de las acciones, teniendo la visión a corto plazo, de abarcar el territorio nacional, a través de las diferentes empresas de cable existentes en el país.”

Agrega que la empresa Estudio “C”, con Carlos Argüello a la cabeza, quien peleó por un Oscar en Hollywood en el renglón de efectos especiales, con la película Crónicas de Narnia, ha sido parte del equipo de Guatevisión.

Fernández (2004: p. 16) manifiesta que “la visión del canal, es poder llenar una programación con producción netamente guatemalteca, donde cada programa tenga un grupo objetivo meta y que satisfaga totalmente sus necesidades de diversión, entretenimiento e información.”

Enlista las siguientes ventajas y desventajas del canal Guatevisión:

Ventajas:

- 1) Respaldo de la marca Prensa Libre.
- 2) Respaldo de compañías de cable operadores a nivel nacional e internacional.
- 3) Proyección social por medio del Noticiero Guatevisión.
- 4) Promociones constantes relacionadas con la convergencia existente entre Prensa Libre y Guatevisión.
- 5) Alcance efectivo de familias a nivel nacional a través de los programas dedicados a este segmento social.
- 6) Canal de menor costo de inversión por publicidad comparado con los canales de Televisión local.

Desventajas:

- 1) Canal de televisión de circuito pagado, es decir, no todo guatemalteco o residente en el país puede tener acceso al mismo, ya que debe contar con el servicio pagado de un cable operador.
- 2) La competencia directa de Guatevisión son los canales de televisión abierta, los cuales tienen mayor alcance en la población, ya que es un servicio no pagado de transmisión.
- 3) Canal de menor tiempo de existencia que la competencia, en el sistema de comunicación de Guatemala.
- 4) El tradicionalismo y posicionamiento de los canales de televisión abierta, en especial canales 3 y 7.

2.5.1 Programación del Canal Guatevisión

A continuación se presenta un cuadro que contiene la programación semanal del canal, armado con el cronograma de formato diario que presenta la página web www.guatevision.com/programacion. (marzo de 2010)

HORA / Día	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
00:00	DXTV	Bienes Inmuebles	Bienes Inmuebles	Bienes Inmuebles	Libre Encuentro	Todo sobre ruedas	Noticiero Guatevisión
00:30	Bienes Inmuebles	Tú eres Guatemala	Una noche con Veneno	Chispuditos	Bienes Inmuebles	Todo sobre ruedas	Noticiero Guatevisión
01:00	Bienes Inmuebles	¿Vieja yo?	¿Vieja yo?	¿Vieja yo?	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	Huitevisión
01:30	Casos de Familia	¿Vieja yo?	¿Vieja yo?	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	Tú eres Guatemala
02:00	Casos de Familia	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	De fiesta con Nelson
02:30	De fiesta con Nelson	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	De Fiesta con Nelson
03:00	De fiesta con Nelson	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Noticiero Guatevisión
03:30	Una Noche con Veneno	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Noticiero Guatevisión
04:00	Paparazzi TV	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe azul	Resumen Viva la Mañana
04:30	Paparazzi TV	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Resumen Viva la Mañana
05:00	DXTV	Musicales	Musicales	Musicales	Musicales	Musicales	Resumen Viva la Mañana
05:30	DXTV	Musicales	Musicales	Musicales	Musicales	Musicales	Creciendo Juntos
06:00	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Infomerciales	Punto G
06:30	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Infomerciales	Casos de Familia
07:00	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Infomerciales	Casos de Familia
07:30	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Infomerciales	3 Décadas
08:00	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Titerenango	Titerenango

08:30	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Titerenango	Titerenango
09:00	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Super Estrikas	Super Estrikas
09:30	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Viva la Mañana	Resumen Viva la Mañana	Súper Estrikas
10:00	Musicales	Musicales	Musicales	Musicales	Musicales	Resúmen Viva la Mañana	Chispuditos
10:30	Musicales	Musicales	Musicales	Musicales	Musicales	Bienes Inmuebles	Bienes Inmuebles
11:00	Infomerciales	Infomerciales	Infomerciales	Infomerciales	Infomerciales	Tú eres Guatemala	Diálogos con Haroldo Sánchez
11:30	Cocina al Día	Cocina al Día	Cocina al Día	Cocina al Día	Cocina al Día	Una noche con veneno	El trabajo es tuyo
12:00	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Punto G	Tu desayuno alegre
12:30	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Príncipe Azul	Rumores	Expedición GT
13:00	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	El Trabajo es Tuyo	De fiesta con Nelson
13:30	El trabajo es tuyo	Chispuditos	Bienes Inmuebles	Creciendo Juntos	Rumores	Desafíos	De fiesta con Nelson
14:00	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Creciendo Juntos	Musicales
14:30	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Rockstar	Una noche con veneno
15:00	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	3 Décadas	Una Joya en el Palacio
15:30	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Alma Indomable	Detalles perfectos	Una Joya en el Palacio
16:00	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	Chispuditos	3 Décadas
16:30	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	¿Vieja Yo?	Diálogos con Haroldo Sánchez	Auto Seller
17:00	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Acción Positiva	Todo sobre ruedas
17:30	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Paparazzi TV	Inversión y Desarrollo	Todo sobre ruedas
18:00	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Todo sobre ruedas	A fondo
18:30	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Todo sobre ruedas	Opinión en libertad
19:00	El trabajo es tuyo	Cocina al Día	Detalles Perfectos	Creciendo Juntos	Rumores	Noticiero Guatevisión	Acción positiva
19:30	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Noticiero Guatevisión	Inversión y Desarrollo
20:00	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	Casos de Familia	De Fiesta con Nelson	Noticiero Guatevisión
20:30	Tú eres Guatemala	Una noche con Veneno	Chispuditos	Punto G	Especial de Fiesta	De fiesta con Nelson	DXTV
21:00	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Huitevisión	Libre encuentro
21:30	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Noticiero Guatevisión	Auto Seller	Libre Encuentro
22:00	Desafíos	Rockstar	A Fondo	Diálogos con Haroldo Sánchez	DXTV	Noticiero Guatevisión	Libre Encuentro
22:30	Oppenheime	Tesoro de las Américas	Espectros	Bienes Inmuebles	Expedición GT	Noticiero Guatevisión	De Gol a Gol
23:00	Oppenheime	Casa de Dios	Casa de Dios	Casa de Dios	Casa de Dios	Todo sobre ruedas	Noticiero Guatevisión

2.5.2 Programas de producción nacional del canal Guatevisión.

A continuación se presenta una sinopsis de cada uno de los programas que actualmente se transmiten en el canal Guatevisión y que son de realización nacional. La definición de los programas se realizó en base a la información presentada en la página www.guatevision.com/programas y el monitoreo personal de los mismos.

Acción Positiva

Es un programa dedicado a presentar temas de interés nacional desde otra perspectiva, pues los protagonistas son los propios ciudadanos que desean transmitir sus experiencias para que a más personas le sean útiles en su vida cotidiana. La idea del programa es transmitir la parte positiva de las diferentes situaciones que vive el país y cada uno de sus habitantes, para poder así verle ese lado positivo a las circunstancias. Es conducido por el Dr. Francisco Arredondo, quien en su nueva etapa como comunicador busca dar a conocer lo bueno que sucede en nuestro país, así como verle el mejor lado a la vida. Los temas que aquí se desarrollan son diversos, pues este programa busca analizar los diferentes espacios de nuestra sociedad. Temas sociales, económicos, análisis político, de educación, y muchos otros temas más, y lo que también el público quiera escuchar.



Bienes Inmuebles.TV

Es un programa publicitario e informativo sobre propiedades en el país y fuera de éste.

Acá el espectador podrá conocer los condominios, colonias residenciales, departamentos y construcciones comerciales que están a la venta o en alquiler. Es conducido por Anitza Kotzina.



Chispuditos

Pensamientos, inquietudes, sueños, travesuras de los niños y conocimientos son expuestos en el programa "Chispuditos" que bajo la conducción de Angie Albizu y Ariel Breppe aborda diferentes temáticas que permitirán descubrir el mundo de los adultos a través de la mirada de los más pequeños.

Es un programa familiar dirigido principalmente a padres de 25 a 45 años, sin embargo, el contenido del programa podrá ser visto por el resto de la familia (hermanos, abuelos, tíos, etc).

Se transmite los días miércoles, a las 20:30 horas.



Cocina al Día

Todas las mañanas de lunes a viernes a las 11:30 a.m. el Chef Carlos Martínez trae deliciosas propuestas culinarias y elabora platos especiales de una manera fácil, económica y deliciosa.

Día a día el Chef Carlos Martínez llevará al televidente por el magnífico mundo del arte culinario y le presentará diferentes maneras de cocinar platos muy a lo guatemalteco.



Creciendo Juntos

Creciendo Juntos, programa conducido por Tuti Furlán, dedicado a padres de familia que quieren aprender y crecer junto a sus hijos y pareja para lograr un mejor desarrollo familiar.

Todos los jueves 1:30 y 7:00 p.m., sábados 2:00 p.m.



Desafíos

Situaciones que estamos por afrontar, analizadas desde el punto más específico.

Expertos en distintos temas discuten y exponen problemáticas nacionales e internacionales. Conducido por Ricardo Santander.

Lunes a las 22:00 horas.



DX TV

Programa dirigido al deporte Nacional e internacional. Se incluyen reportajes, cometarios, crítica y notas informativas, sobre todo tipo de deporte.

Se transmite los viernes a las 22:00 horas, y los domingos a las 20:30 horas.



El trabajo es tuyo

Un programa donde a través de la empresa Soluciones en Recursos Humanos (SERH) se dan a conocer distintas plazas vacantes en el país, y los requisitos para optar a ésta.

A través de este programa, miles de guatemaltecos desempleados pueden tener una oportunidad de empleo.

Es conducido por Alejandro Vidal.



Huitevisión

Programa 100% cómico. Se desarrolla a base de sketches de los conocidos y famosos Tres Huitecos: Teco, Ron y Rul.

El programa se transmite los sábados a las 21:00 horas.



Inversión y Desarrollo

Conducido por Luis A. Velásquez Q. El objetivo es dar a conocer las distintas inversiones de capital financiero y capital humano, que se están realizando en Guatemala, para lograr una mayor concientización en los distintos sectores de la población, sobre la importancia de apoyar las inversiones para la creación de más empresas, generación de fuentes de trabajo y su relevancia para el desarrollo del país.



En resumen: Inversiones de Capital Financiero y Humano, Desarrollo Económico, Desarrollo Social, Desarrollo de las Comunidades, Responsabilidad Social y Empresarial. Estos 5 elementos significan mayor desarrollo para el país y redundarán en mayores oportunidades para los guatemaltecos para salir adelante y lograr insertar a Guatemala como un país en vías de desarrollo integral.

Noticiero Guatevisión

Un noticiero serio, con la información que los guatemaltecos necesitan, y con menos amarillismo. Se identifica como el noticiero imparcial, objetivo y veraz que los guatemaltecos necesitan. Su director general es el Lic. Haroldo Sánchez, quien también es conductor del espacio de reportajes especiales "A fondo".

Se transmite de lunes a viernes, en horarios de 1:00, 6:00 y 9:00 p.m.



Opinión en Libertad

Conducido por Julio Maza:

- Ex diputado constituyente 1964-65.
- Ex alcalde ciudad de Guatemala 1965-66.
- Ex fundador FHA 1959-60.
- Ex fundador Universidad Landívar.

El programa contiene cápsulas de opinión independiente y análisis de temas nacionales e internacionales.



Punto G

Punto G se transmite todos los jueves a las 20:30 horas. Los presentadores son Alejandra Guzmán (no la cantante), sexy, animada, vuelve a los hombres locos; Lynn Kachler, desatada, extrovertidísima y hace cualquier cosa por una excelente nota.

Ellos visitan restaurantes, discotecas, lugares de moda y cualquier lugar donde los jóvenes entre 18 y 35 años se puedan divertir.



Presentan interesantes segmentos con gran variedad de temas, pero siempre de interés para gente joven y de hecho se ha convertido en su programa favorito.

Rumores

Programa con contenido de espectáculos, que contiene notas sobre la farándula nacional e internacional. Es conducido por Jessica Rodríguez y Verónica de León, además de reportajes desde México con Francisco Calvillo.

Se transmite los días viernes a la 1:30 p.m.



Titerenango

Programa dirigido al público infantil, donde a través de historias y situaciones de educa a los niños y se les enseñan distintos temas.

El programa es guiado por títeres que representan distintos personajes.



Tú eres Guatemala

El programa se desenvuelve alrededor de una extranjera (la reconocida periodista argentina, Guadalupe Gómez) quien viene a conocer Guatemala de la mano de guatemaltecos prominentes en distintos ámbitos y lugareños conocedores de las bondades de su tierra.

Además, los televidentes podrán participar en diversas expediciones por el interior del país.

El objetivo final del programa es descubrir Guatemala, su cultura y múltiples facetas y atractivos. Invitando a connacionales y a extranjeros a conocer cada rincón del alma de la tierra.

Se transmite los días lunes a las 20:30 horas.



Una noche con veneno

Es un programa de entretenimiento, donde su conductor hace entrevistas a distintas figuras públicas del país, ya sea artistas, funcionarios públicos o políticos. Además de ocurrencias y toques cómicos, se desenvuelven temas de interés nacional y actual.

Conducido por Enrique Cruz (Veneno) cuenta de forma cómica y sarcástica noticias de relevancia nacional y/o internacionales. Se transmite los martes a las 20:30 horas.



Viva la Mañana



Es un programa de revista, dirigido principalmente a las amas de casa. Cuenta con varias secciones como: Las Noticias de Viva la Mañana, Economía, Buena Nueva, Hablemos de, El chismecito, Guate buena, Cámara Viajera, Saludo a los pueblos, Póngale ritmo, La pregunta de Massiel y Viva la Cocina; entre otros.

Es conducido por Ricardo Santander, Tuti Furlán, Anizta Kotzina, Verónica de León, Alejandro Vidal y Massiel Carrillo.

Se transmite de lunes a viernes de 6:00 a 10:00 a.m.

3 Décadas

Es un programa semanal de media hora donde se puede disfrutar de una gran colección de videoclips clásicos que logran transportar al televidente en un viaje a través del tiempo, con un sinfín de videos remasterizados y digitalizados para que se vuelvan a ver como si fuera la primera vez, dentro del cual se pueden encontrar segmentos donde se habla de series televisivas de nuestra infancia, y de películas que marcaron la vida de varias generaciones, todo esto con el respaldo y profesionalismo del conocido comunicador Juan José Ríos, quien en este espacio se encarga de la producción, conducción y dirección de 3D.



Se transmite los sábados a las 15:00 horas.

De Fiesta con Nelson Leal

Es un programa de entretenimiento familiar. Está conformado por reportajes, sketches, parodias y musicales. Además cuenta con variedad de concursos en vivo.

Por su contenido, este programa familiar alcanza a un amplio grupo objetivo, desde niños y jóvenes, hasta adultos y ancianos, de niveles medios y altos, convirtiéndolo en una excelente opción para productos de consumo con amplios mercados.



Se transmite los días sábados a las 20:00 horas, con repetición los domingos a las 13:30 horas y los viernes a las 20:30 horas.

Para la elaboración del presente trabajo de tesis se tuvo la oportunidad de tener un acercamiento con la producción del programa “De Fiesta con Nelson Leal”, así como una observación de la grabación del programa los días viernes. De esta manera se pudo tener la experiencia vivencial del proceso de producción de un programa dentro del canal.

Es un programa de producción interna del canal Guatevisión. Se graba los días miércoles en exteriores (locaciones) y los días viernes en el foro del canal.

La ficha técnica del programa está conformada por las siguientes personas:

Creación e Idea original / Productor Ejecutivo

Nelson Leal.

Directora de Producción

Andrea Arias.

Productora Audiovisual

Julia Rodas.

Edición y efectos visuales

Luis Carlos Coronado.

Coordinador de Producción

Marlon Pitán.

Dirección de Piso

Luis Carlos Coronado.

Director Artístico

Javier Jiménez

Creación, dirección de parodias y sketches

Nelson Leal.

Guión Creatividad y Humor

Rodolfo Romero y Álvaro Méndez

Conducción

Nelson Leal

Álvaro Méndez

Karla Calvillo

Rodolfo Romero.

Gerente de Producción

Ricardo García Santander.

Supervisor de operaciones

Edwin Torres

Director de Cámaras y switcher

José Mario Flores

Audio

Francisco Roa

Camarógrafos

Hugo Milán, Edgar Ramírez, Roy Patzán, José Flores, Luis Mairén, Karen Lanuza, Luis Carlos Coronado.

Iluminación y Escenografía

Carlos Dávila, Hugo Sánchez, Edgar Calanche, Wilfredo Caal, Marlon Santizo y Oscar González.

Capítulo III

3. Marco Metodológico

3.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación que se desarrolló fue descriptiva.

Según describe Tamayo (1991) en su libro “El proceso de investigación científica”, la investigación descriptiva aborda situaciones recientes o actuales, que el investigador obtiene de testigos, documentos o fuentes directas, cuya veracidad es posible comprobar dentro de ciertos límites. Su utilidad está en la posibilidad de elaborar diagnósticos, pronósticos, o generar conocimientos.

Para ésta propuesta se investigó en libros, se recolectaron datos a través de fuentes directas y se describieron los resultados obtenidos. Se presentan los resultados de las encuestas en forma numérica y los resultados de las entrevistas en forma cualitativa. La base fue el estudio bibliográfico y de campo.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Elaborar una propuesta de programa en televisión, dirigido al público adolescente, para transmitirse por Guatevisión.

3.2.2 Objetivos Específicos

1. Establecer la situación actual de los programas de televisión dirigidos a adolescentes en el canal Guatevisión, así como técnicas, recursos, costos y proceso de realización de una producción televisiva; a través de entrevistas a productores de programas transmitidos actualmente por el canal.
2. Indagar cuáles son los gustos, necesidades, intereses y cultura propios de los adolescentes; por medio de encuestas a alumnos de segundo y tercero básico del Instituto Nacional de Educación Básica Villalobos I, y alumnos de segundo, tercero básico y cuarto bachillerato del colegio Liceo Javier.
3. Diseñar la propuesta televisiva, con base a los resultados obtenidos de las encuestas a adolescentes y las entrevistas a productores de televisión.

3.3 Técnica

Para llevar a cabo la investigación se realizó una recopilación bibliográfica.

Además, la encuesta. Según afirma Mérida (2009, Anexo 5), “la encuesta es la búsqueda de datos mediante interrogatorios o planteamientos para obtener información”. En otras palabras, es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

También se utilizó la entrevista, que es un diálogo en el que la persona (entrevistador), hace una serie de preguntas a otra persona (entrevistado), con el fin de conocer mejor sus ideas, sus sentimientos su forma de actuar.

3.4 Instrumento

Afirma Mérida (2009, Anexo 5) que “un cuestionario es una serie de preguntas que adopta diferentes presentaciones, según los propósitos del investigador.” Agrega que hay distintas formas de aplicar un cuestionario, ya sea Autoadministrado, en donde se entrega un documento al entrevistado y este lo responde por sí mismo; o por entrevista personal, en donde un entrevistador formula las preguntas del cuestionario y anota las respuestas obtenidas del entrevistado.

Por lo tanto, el instrumento utilizado para llevar a cabo tanto la encuesta como la entrevista, fue un cuestionario estructurado en base a los indicadores que se deseaba obtener en los alumnos y recolectar mayor información sobre la producción televisiva en Guatevisión de los productores. (Ver sección Anexos, p. 118).

3.5 Universo

Los(as) alumnos(as) de segundo, tercero y cuarto curso (secundaria) del colegio Liceo Javier y de segundo y tercero básico del Instituto Nacional de Educación Básica (INEB) Villalobos 1; así como productores de programas del canal Guatevisión.

3.6 Muestra

La propuesta de programa de televisión presentada, es dirigida al público adolescente.

Arnold Gesell (1976) en su libro “El adolescente”, afirma que no es fácil sintetizar con una fórmula simple los rasgos de un adolescente, ni siquiera con toda una serie de adjetivos. Tantas son las facetas y fases que presenta, que él mismo parece a veces confundirse. Sus profesores y hasta su madre suelen mirarlo respetuosamente, como si tuviera algo de enigmático, y sabemos que desea ardientemente comprenderse a sí mismo y ser comprendido por los demás. Lo dice con sus propias palabras y lo da a entender con sus modales y su conducta. Define la Adolescencia en un intervalo entre los 12 y 19 años de edad.

El “Manual de análisis de los muchachos” (2009) elaborado por el departamento de psicología del colegio Liceo Javier, manifiesta que los adolescentes luchan, se persiguen, pero observándolos con atención son diferentes. Son conscientes de lo que pasa y lo que viven. Son capaces de situarse y tomar postura ante reflexiones. Pero son todavía pobres para analizar y sintetizar. Necesitan que un formador les ayude. En su formación de ideas, juicios y raciocinios dependen de otros. Su educador o guía tiene en el pensamiento de ellos una influencia grande; la incapacidad de los chicos le exigirá atención, paciencia y responsabilidad. Que la edad común en la que suele situarse la adolescencia es entre los 12 y 17 años.

La propuesta televisiva que se propone es dirigida al público adolescente. Para fines de la investigación se tomó una muestra intencional y voluntaria, siendo: los alumnos de segundo y tercero básico del Instituto Nacional de Educación Básica Villalobos 1 (una sección de cada grado), y los alumnos de segundo y tercero básico, y cuarto bachillerato del colegio Liceo Javier Vespertino (una sección de cada grado); ya en dichos grados académicos se encuentran estudiando los jóvenes comprendidos en la edad central de la adolescencia.

El colegio Liceo Javier Vespertino maneja éste año, un pago de colegiaturas acorde a las posibilidades de los padres de familia (de Q 600 a Q 1200). Además, asisten alumnos de diversas zonas y municipios del departamento de Guatemala. Por otro lado, se eligió encuestar también a alumnos del Instituto Nacional de Educación Básica Villalobos, ya que Guatevisión en los últimos años se ha posicionado en el segmento de clase socioeconómica media y se desea determinar la audiencia y accesibilidad que el programa puede tener en éste público.

En total se encuestó a 225 adolescentes, distribuidos de la siguiente forma:

Colegio Liceo Javier	Estudiantes
Segundo básico	48
Tercero básico	46
Cuarto Bachillerato	47
Instituto Nacional de Educación Básica VL 1	
Segundo básico	44
Tercero básico	40
Total	225

En un inicio se planteó entrevistar a productores de los programas “Viva la Mañana” y “De Fiesta con Nelson Leal” del canal Guatevisión. Lamentablemente no se pudo concretar una cita con los productores del programa “Viva la Mañana”, pero sí con la jefa de piso, que además es productora del programa “Viva la Cocina”. Además, se tuvo contacto con los productores del programa “De Fiesta con Nelson Leal”, Andrea Arias y Nelson Leal. El programa tiene un concepto,

producción y grupo objetivo similar (familiar) al que se pretende establecer en la propuesta, por lo cual fue utilizado como base directa para la misma.

Además de la entrevista, se pudo asistir a la grabación del programa los días viernes, en donde se tuvo una observación directa de la producción y grabación del programa. Dicha observación, sirvió como referencia al momento de crear la propuesta televisiva.

3.7 Procedimiento

Para la elaboración del trabajo de tesis se realizó una investigación de tipo descriptiva. Previo a diseñar la propuesta televisiva, se llevó a cabo un estudio para establecer las bases y fundamentos de dicha propuesta. Para el trabajo de campo, se elaboró un cuestionario de 17 preguntas para la encuesta. De igual forma, se elaboró una guía (cédula) de entrevista conformada por 19 preguntas.

La encuesta fue realizada a adolescentes que cursan los grados de segundo, tercero y cuarto bachillerato del colegio Liceo Javier y el Instituto Nacional de Educación Básica Villalobos 1. El instrumento fue diseñado para recabar la mayor cantidad de información respecto a los gustos generales y televisivos de los jóvenes. Mediante preguntas de opción múltiple y preguntas abiertas, se obtuvieron los resultados deseados.

La guía fue utilizada para la entrevista realizada a Andrea Arias y Nelson Leal, productores del programa “De Fiesta con Nelson Leal” del canal Guatevisión. Además de la entrevista, se pudo acompañar al equipo de producción del programa los días viernes, en la grabación en foro. También se entrevistó a Tania Torres, productora de “Viva la Cocina”

Se procedió a tabular los datos obtenidos en las encuestas, así como a la elaboración de gráficas para una mejor apreciación y presentación de los resultados. Seguidamente se realizó un análisis, descripción e interpretación de cada una de las gráficas.

Se transcribió lo expresado por los productores de televisión en la entrevista y se analizó el video, para poder utilizar de la mejor manera los aportes de los profesionales en la propuesta televisiva.

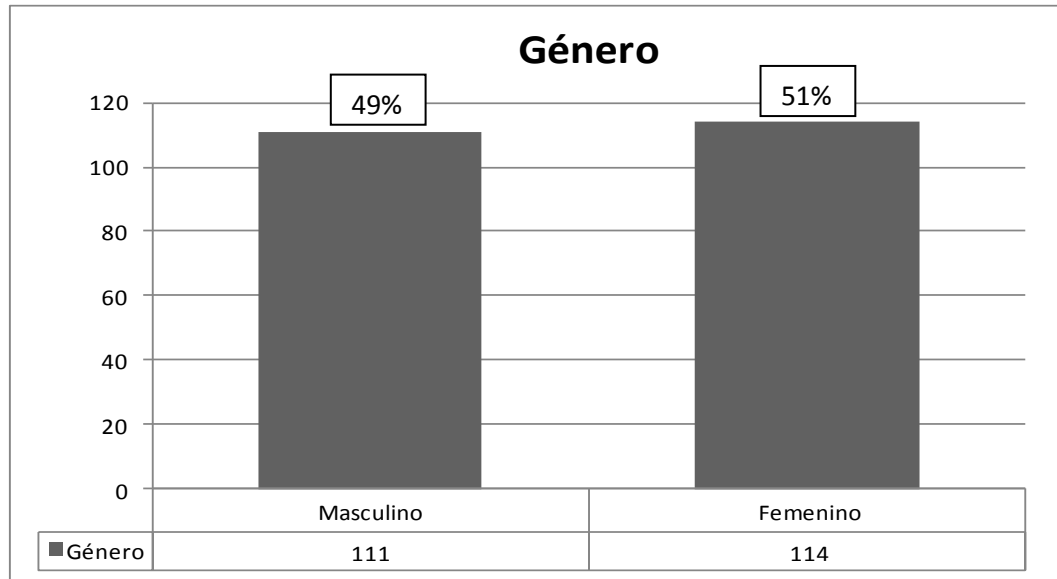
Luego de un detallado análisis de los resultados obtenidos del trabajo de campo, se procedió a la creación de la propuesta del programa de televisión, objetivo principal del presente trabajo.

Capítulo IV

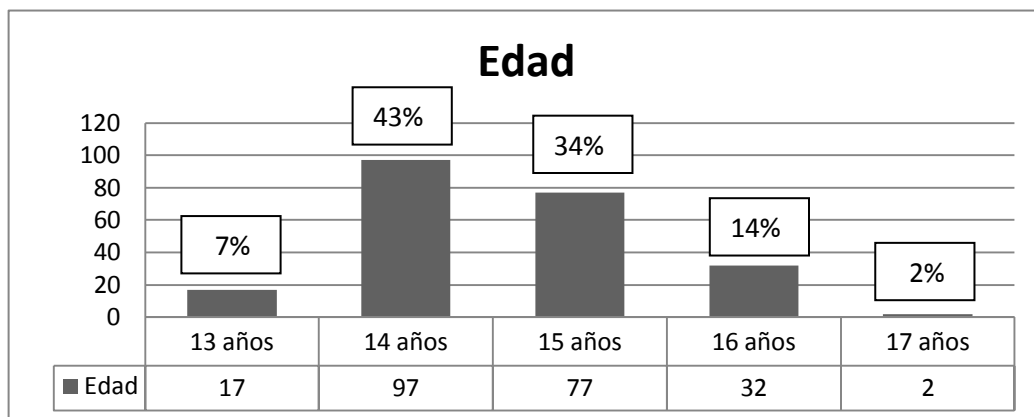
1. Descripción y Análisis de Resultados

A continuación se presenta la descripción y análisis de los resultados obtenidos en el estudio.

4.1 Resultados obtenidos de la encuesta a adolescentes

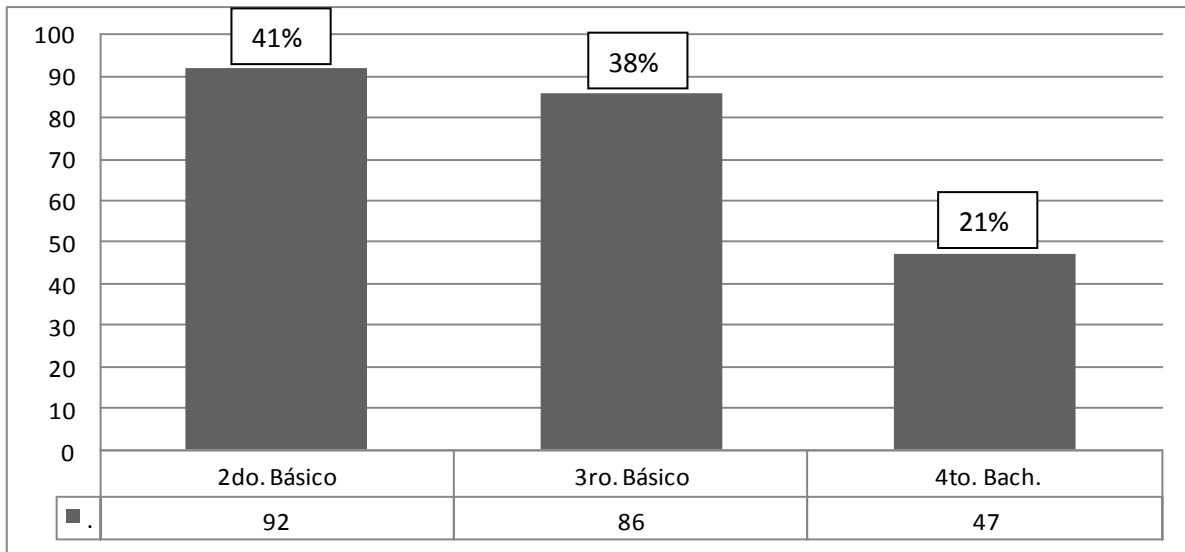


Existe casi la misma cantidad de hombres que de mujeres. Del total de encuestados la diferencia porcentual es de solamente 2%, lo que indica que se tiene una opinión equitativa respecto a la variante género.



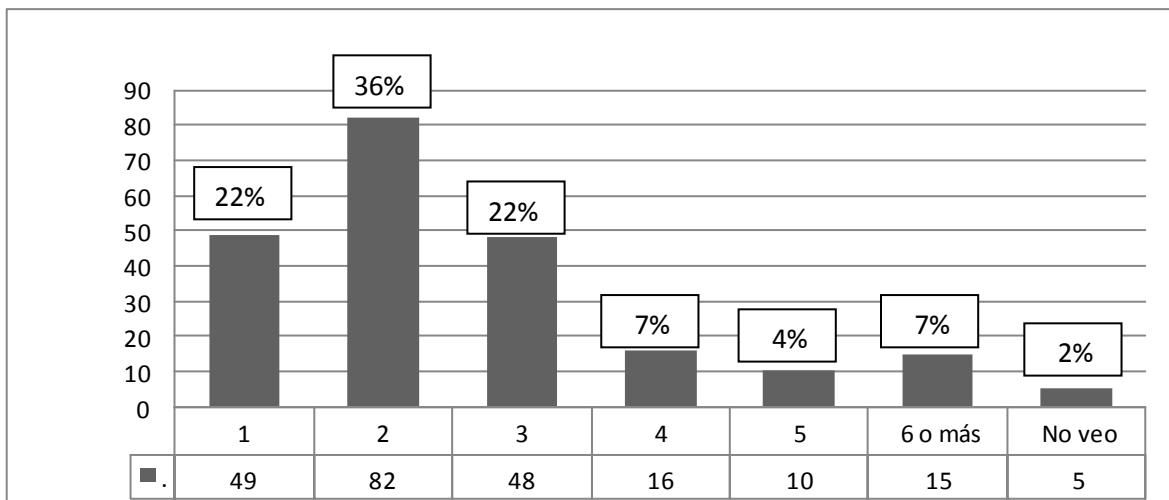
Las edades de los jóvenes encuestados oscilan entre los 13 y 17 años. Están dentro del rango teórico de la adolescencia. El 77% de la muestra tiene entre 14 y 15 años de edad, por lo que la mayoría de las encuestas son resultado de una misma generación de jóvenes.

Grado / Curso



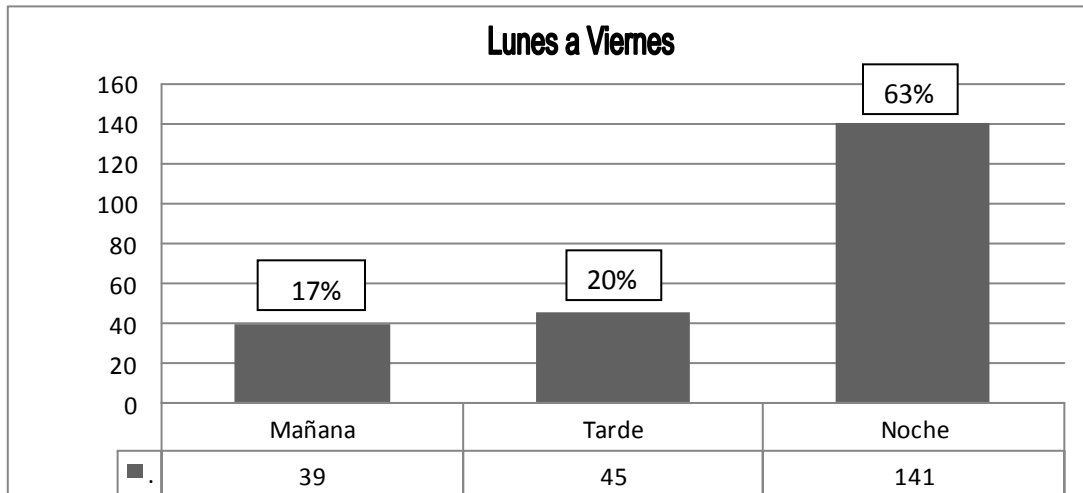
La mayoría de encuestados están cursando segundo y tercero básico, lo que es proporcional a la muestra elegida (2 secciones de estudiantes de segundo y tercero básico, y una sección de cuarto bachillerato).

1. ¿Cuántas horas de televisión ves al día?

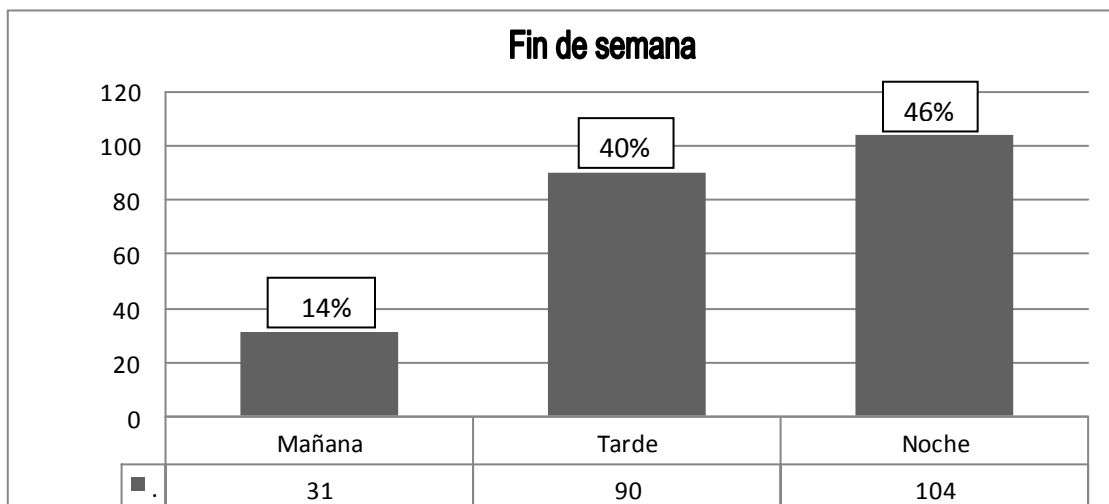


La gráfica muestra que la televisión es parte de la vida de todos los encuestados. Un 80% ven entre 1 y 3 horas diariamente, mientras que otro 18% ven un poco más, entre 4 y 6 o más horas. Solamente un 2% del total contestó no ver televisión, aunque ese resultado quedó desmentido posteriormente, ya que esas 5 personas contestaron la totalidad de la encuesta, habiendo contestado que no veían televisión.

2. ¿A qué hora sueles ver televisión?

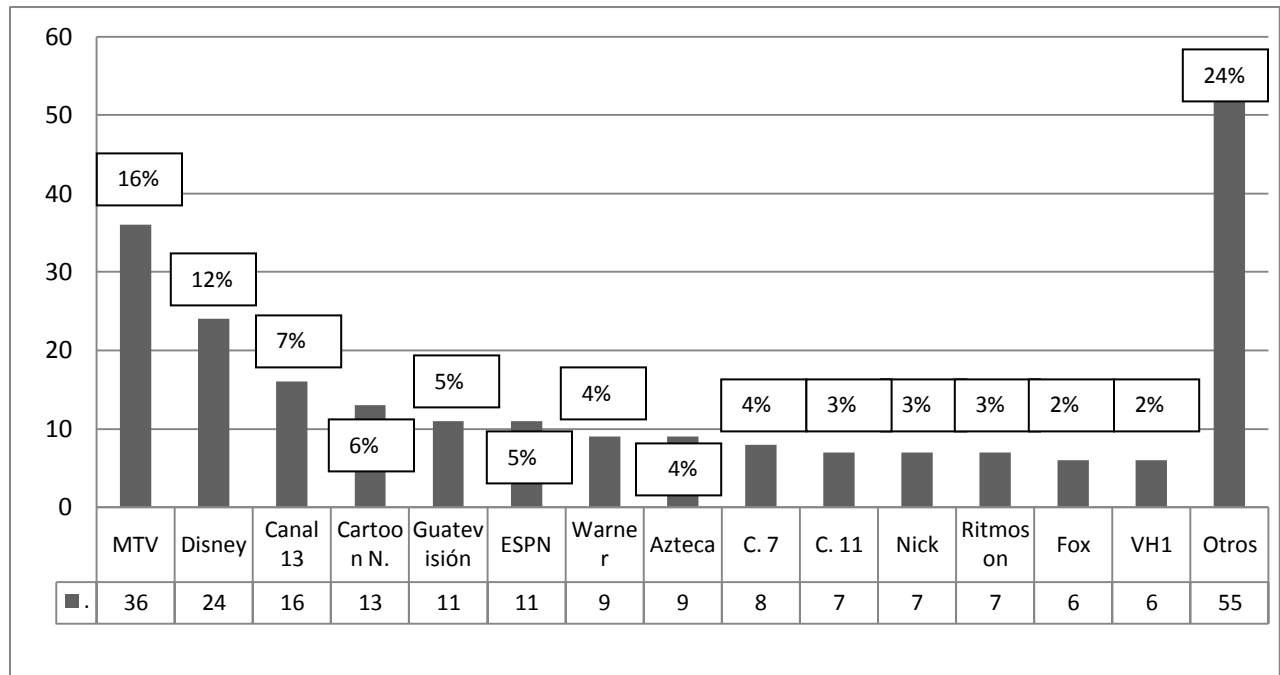


Dado sus horarios de estudio, tareas y otras actividades diarias; la mayoría de los adolescentes encuestados dedican tiempo a ver televisión en horario nocturno.



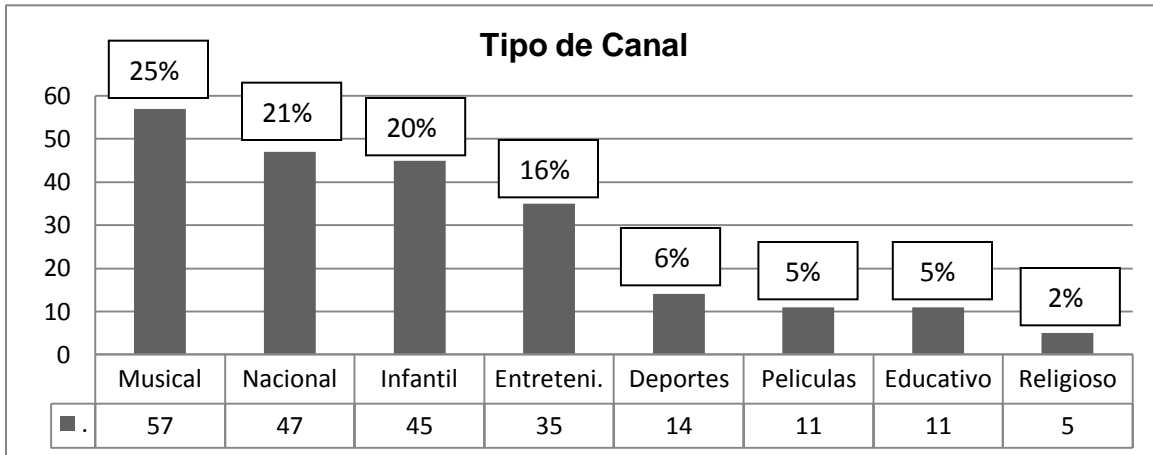
Los fines de semana, la mayoría ve televisión en la noche, aunque hay un considerable porcentaje que dedica parte de su tiempo a verla en la tarde.

3. ¿Cuál es tu canal de televisión favorito?



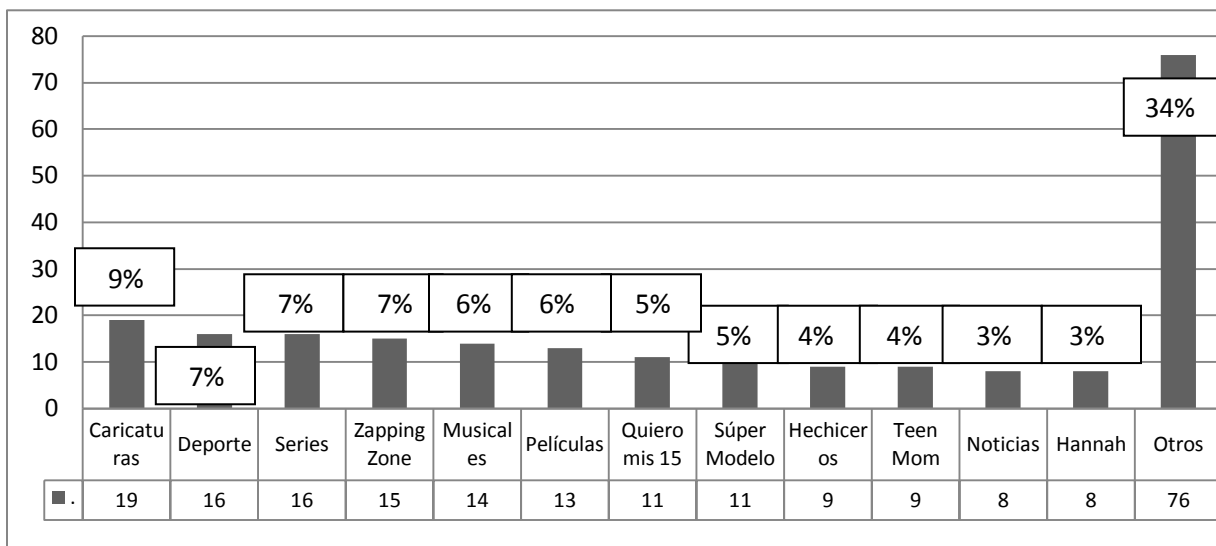
Ésta gráfica demuestra que los gustos de los adolescentes al elegir un canal de televisión son totalmente heterogéneos. Se pueden encontrar diversidad de canales en la respuesta, así como variedad en los contenidos que éstos presentan. Pero se destacan en número de televidentes, el canal de entretenimiento MTV y el canal infantil Disney Channel.

En tercer lugar de televidentes se encuentra el canal 13, de la programación nacional. Cabe destacar que éste es el canal nacional con más contenido infantil y de entretenimiento al presentar caricaturas y series.



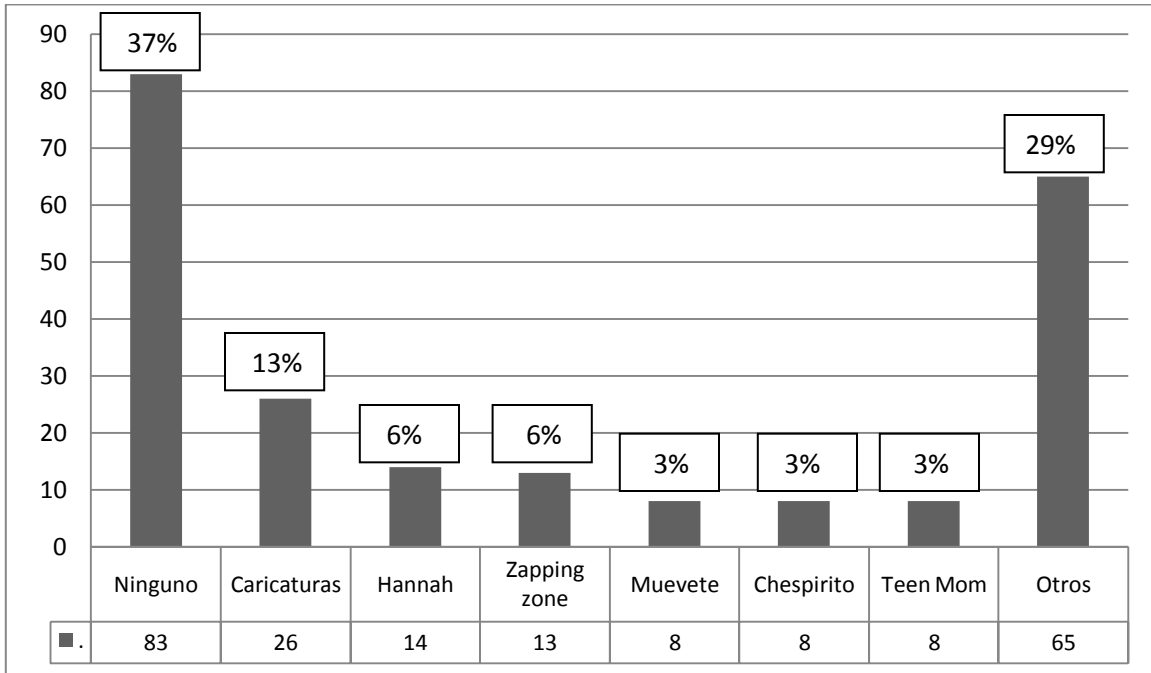
Se presentan los resultados ordenados por “Tipo de canal”, para tener una idea de los gustos de los adolescentes; según el contenido de los canales. Destacan los musicales, de entretenimiento y de contenido infantil. Esto quiere decir, que los adolescentes buscan entretenimiento al ver televisión y una programación acorde a su edad. De igual manera, destacan los canales Nacionales, debido al porcentaje de encuestados que no cuentan con servicio de cable.

4. Actualmente, ¿Cuál es tu programa de televisión favorito?



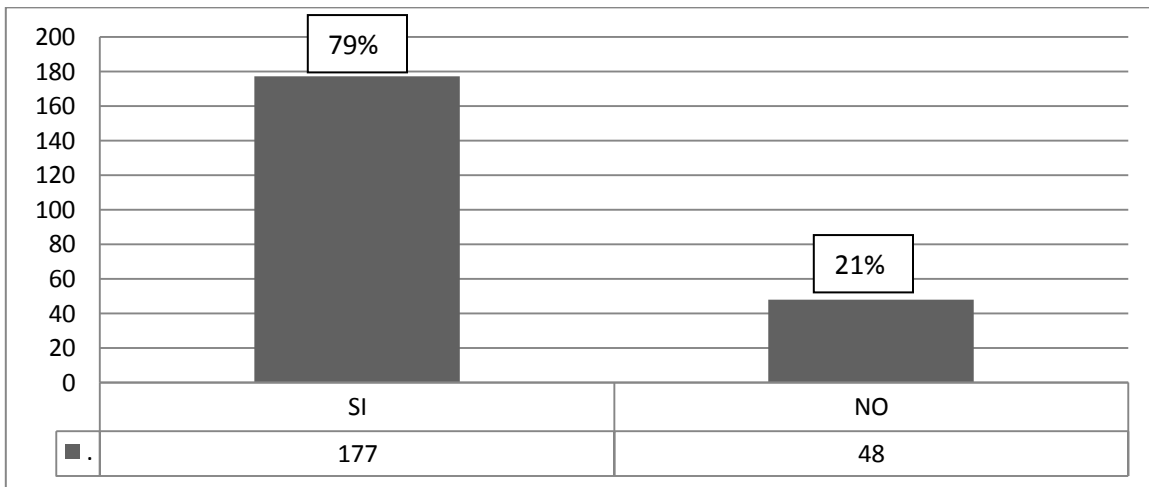
A pesar de tener edades y círculos sociales comunes, los gustos de los jóvenes y la programación que eligen para entretenerse son diferentes entre sí. Destacan los programas de corte infantil, musical y deportivo, así como las series de entretenimiento de los canales MTV y Disney Channel.

5. ¿Qué programa conoces que sea dirigido a jóvenes de tu edad?



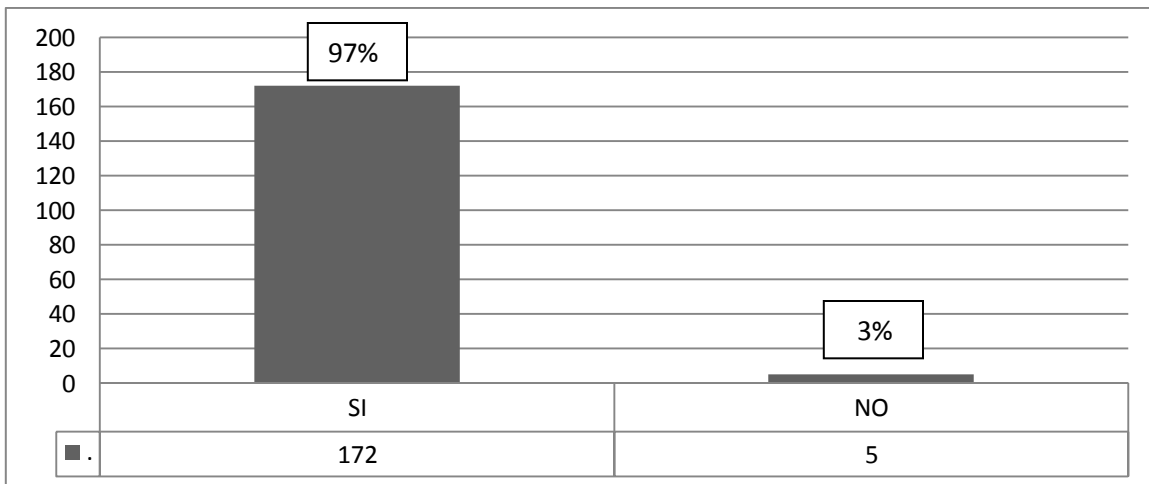
Del total de la muestra, un 37% dijo no conocer ningún programa dirigido al público de su edad. Un 25% mencionó programas infantiles de producción extranjera. El resto de las respuestas fueron diversas. Destaca que la mayoría de programas mencionados pertenecen a los canales MTV y Disney Channel. Se puede afirmar que no existe programa nacional con el que actualmente los adolescentes se sientan identificados.

6. ¿En tu casa cuentan con sistema de televisión por cable?



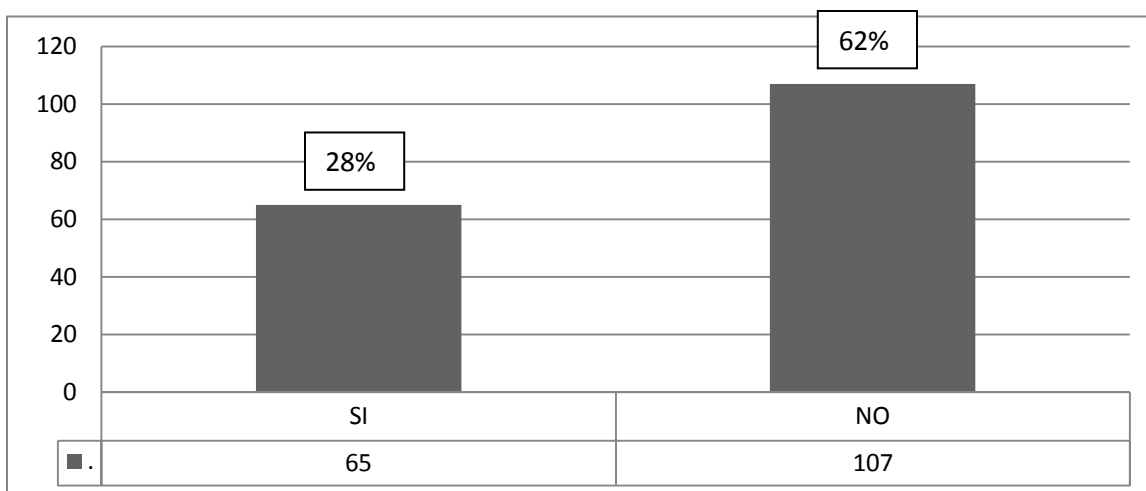
La mayoría de los encuestados cuentan con servicio de televisión por cable en sus hogares, aunque hay que considerar que una quinta parte (21%) no lo tiene.

7. ¿Tu sistema de cable cuenta con el canal Guatevisión?



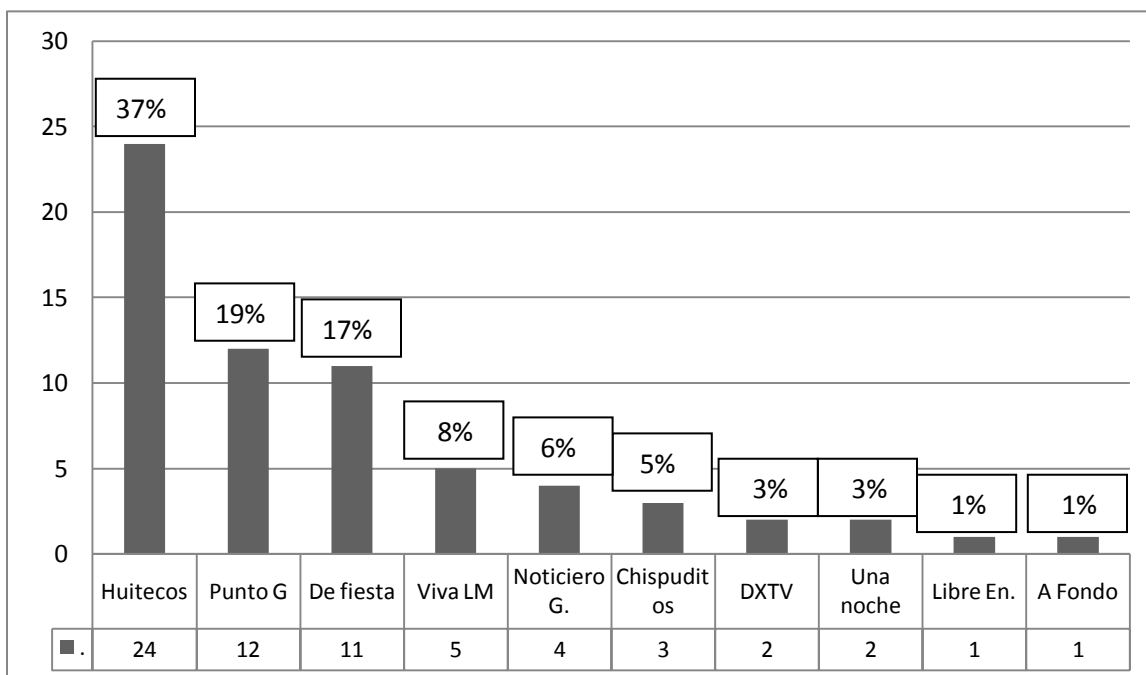
Del 79% de encuestados que dijo contar con servicio de televisión por cable, la mayoría cuenta con el canal Guatevisión, lo que da accesibilidad al canal y a su programación.

8. ¿Ves algún programa del canal Guatevisión?



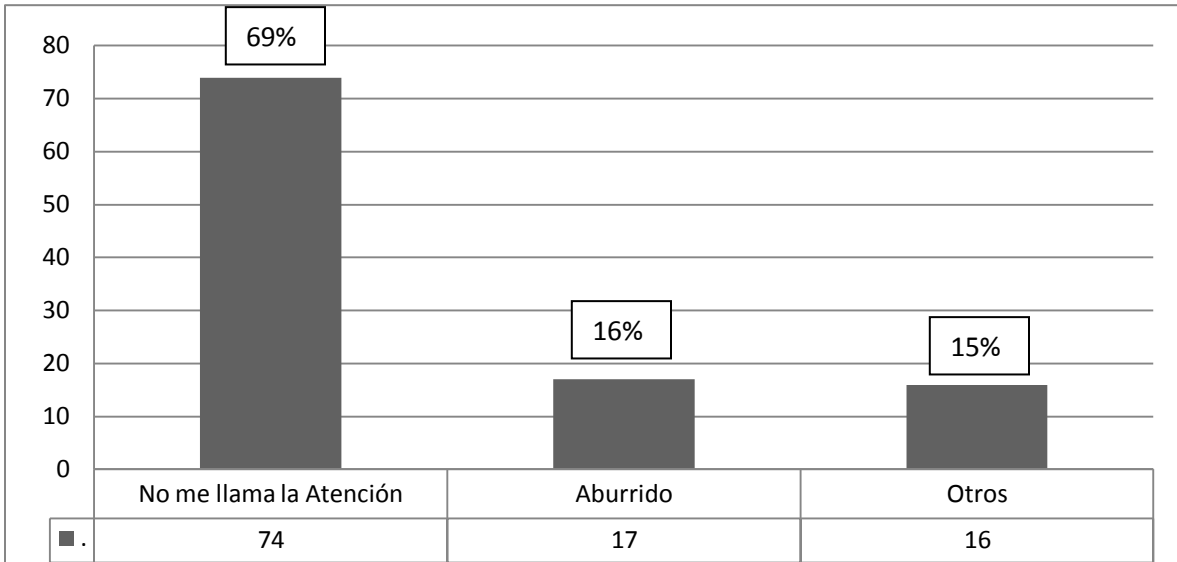
Solamente un 28% de adolescentes que cuentan con el canal Guatevisión en su sistema de cable lo sintoniza.

SI / ¿Cuál y por qué?



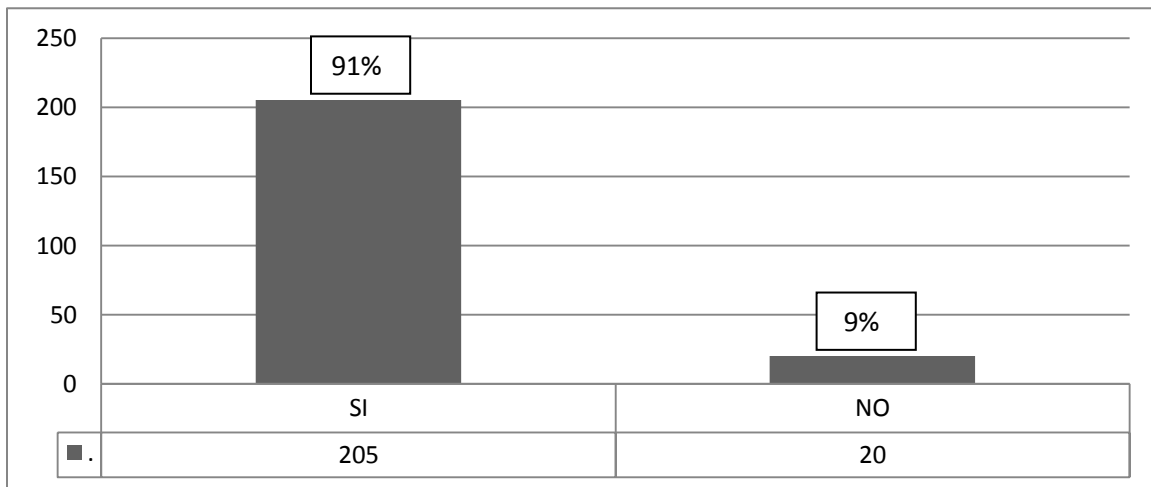
Del 28% de encuestados que sí ve el canal Guatevisión, la mayoría sintoniza los programas “Huitevisión”, “Punto G” y “De Fiesta con Nelson Leal”. Respondieron que los veían por ser entretenidos y divertidos, además que los ven junto a otros miembros de su familia.

NO / ¿Por qué?



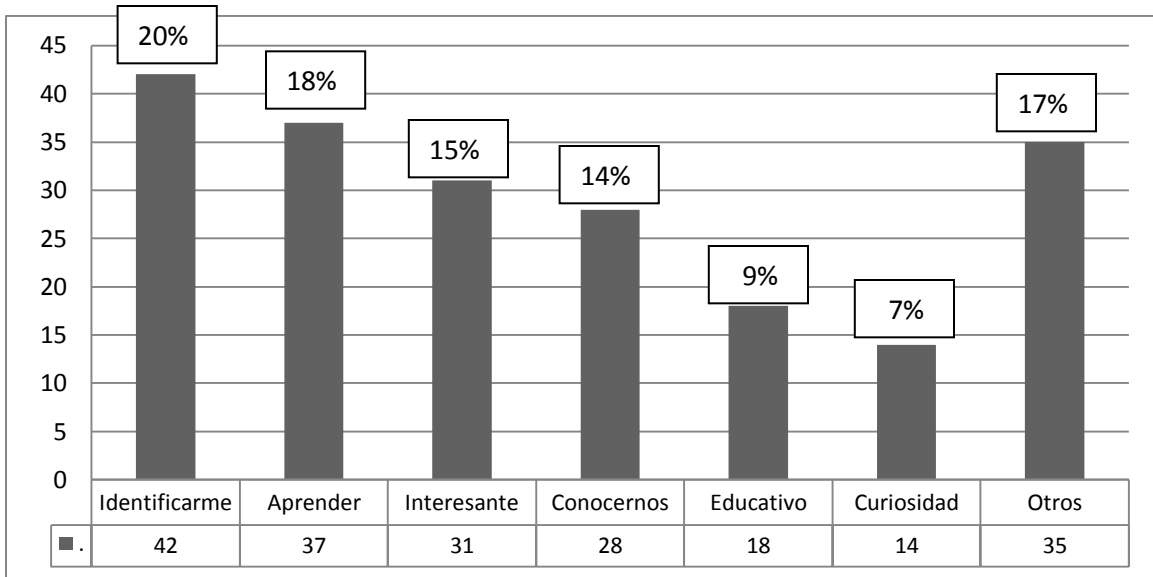
Del 62% que dijo no ver el canal, a la mayoría no le llama la atención, mientras que otros lo consideran aburrido o simplemente no les interesa. El resultado demuestra la escasa identificación y atracción que el adolescente tiene con la programación del canal Guatevisión.

9. ¿Verías un programa de televisión dirigido a jóvenes de tu edad?



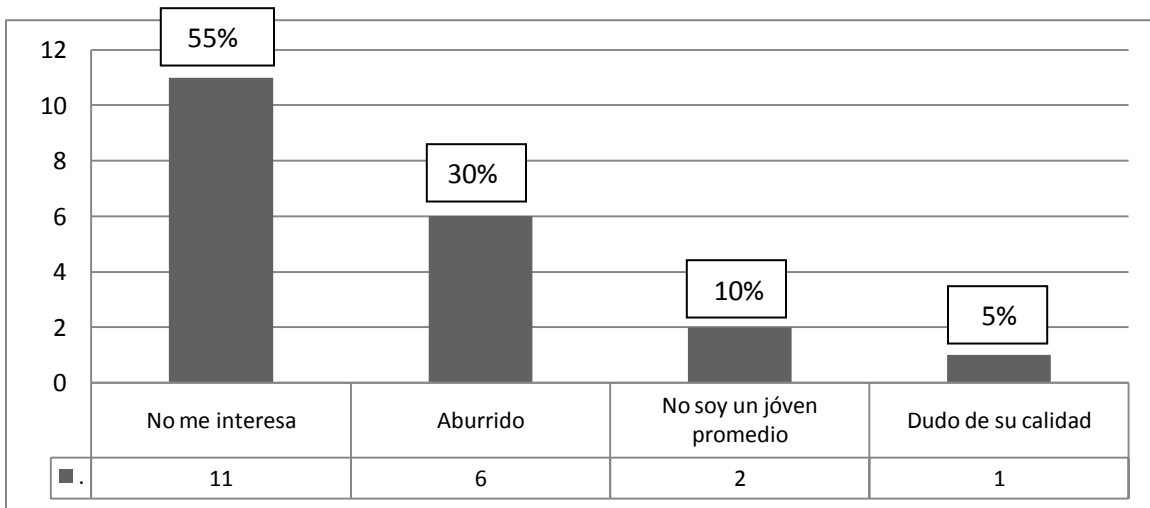
El 91% de los adolescentes está en la disposición de ver un programa dirigido a público de su edad.

SI / ¿Por qué?



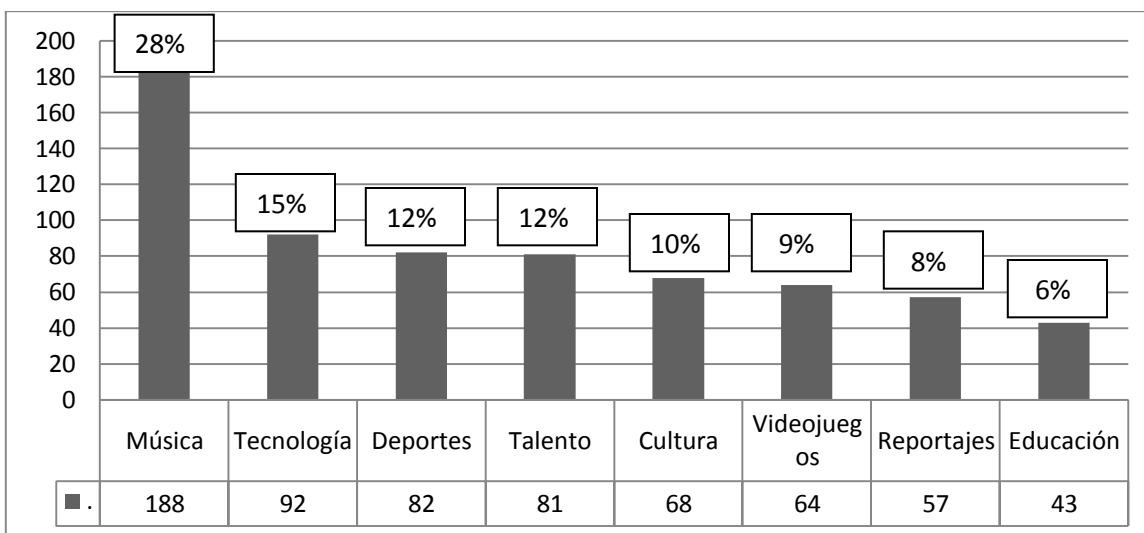
El 91% de adolescentes que contestaron que sí verían un programa dirigido a jóvenes de su edad, manifestaron que lo harían por diversas razones, pero sobresalen las necesidades de identificarse, aprender y conocer más sobre la adolescencia. Además, la propuesta les parecería interesante y educativa.

NO / ¿Por qué?



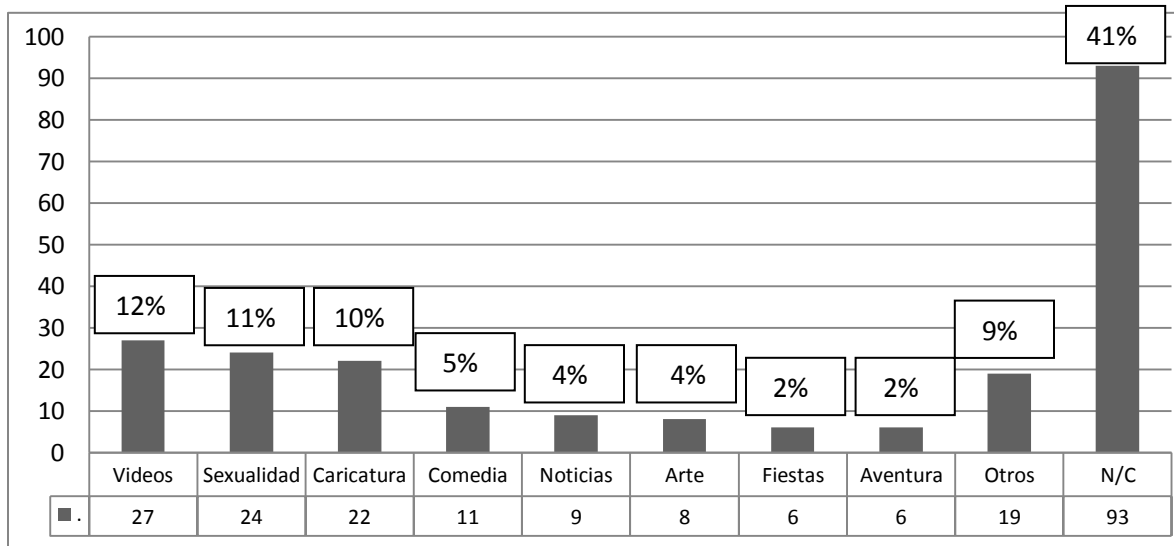
Del 9% que contestó que no lo verían, manifestaron que no les interesa o les parece aburrida la idea. Un 10% expresó no creer identificarse, por no ser un joven común o promedio.

10. ¿Cuáles de los siguientes temas o secciones te gustaría que tuviera el programa?, marca los 3 que más te gusten.



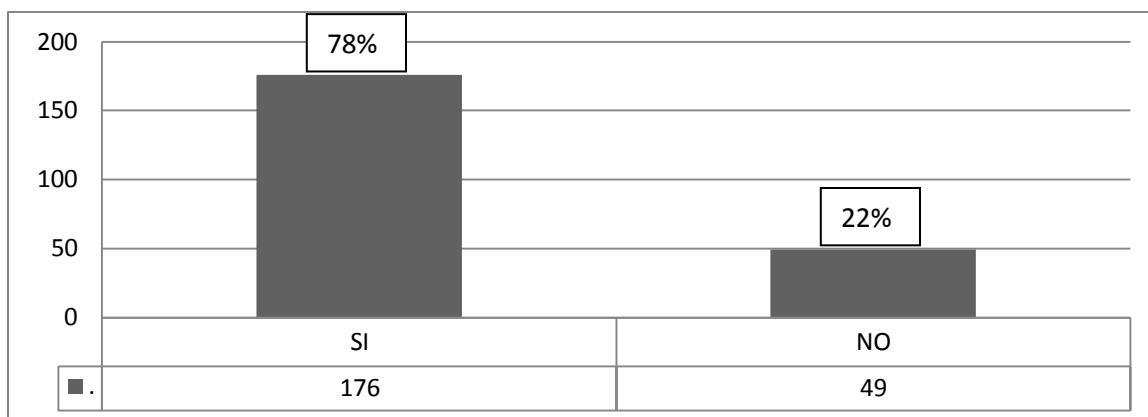
Un 28% expresó su interés por una sección musical, lo que confirma su gusto por la sintonía de canales y programas de éste contenido. Además se manifestó el interés por los temas tecnológicos, deportivos y de talentos.

Tu Sugerencia



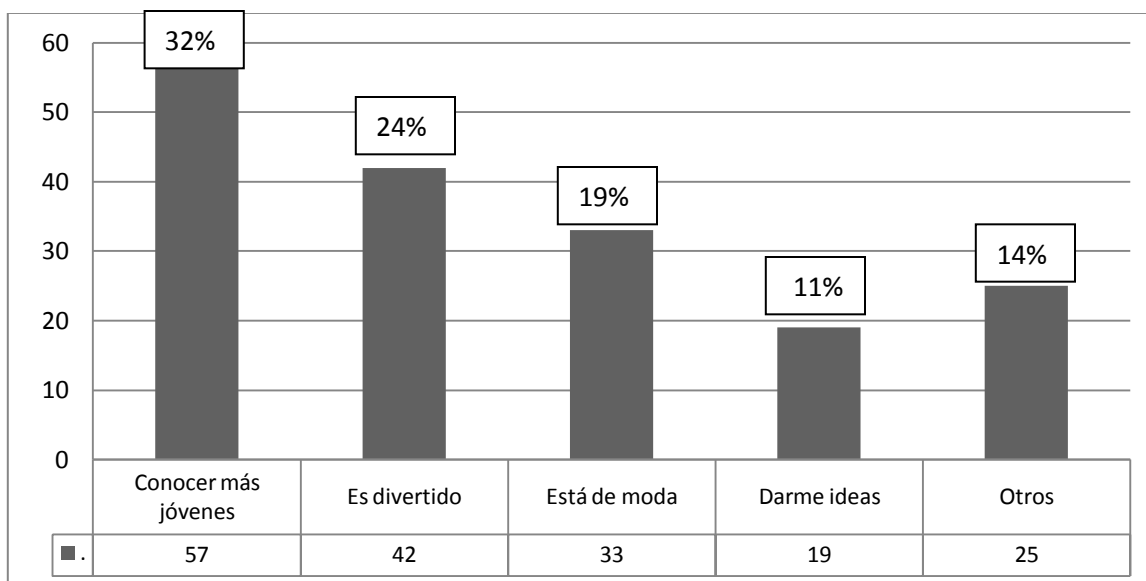
Dentro de las sugerencias de temas o secciones, destaca nuevamente el ámbito musical, al solicitar videos de ésta índole. Además, les gustaría que se tratara el tema de la sexualidad. Las demás sugerencias fueron distintas y el mayor porcentaje no contestó, seguramente porque se sentía identificado con los temas propuestos en la pregunta anterior.

11. ¿Te gustaría que el programa grabara y transmitiera actividades de jóvenes como: fiestas de cumpleaños, graduaciones, mañanas deportivas de colegios (institutos), etc?



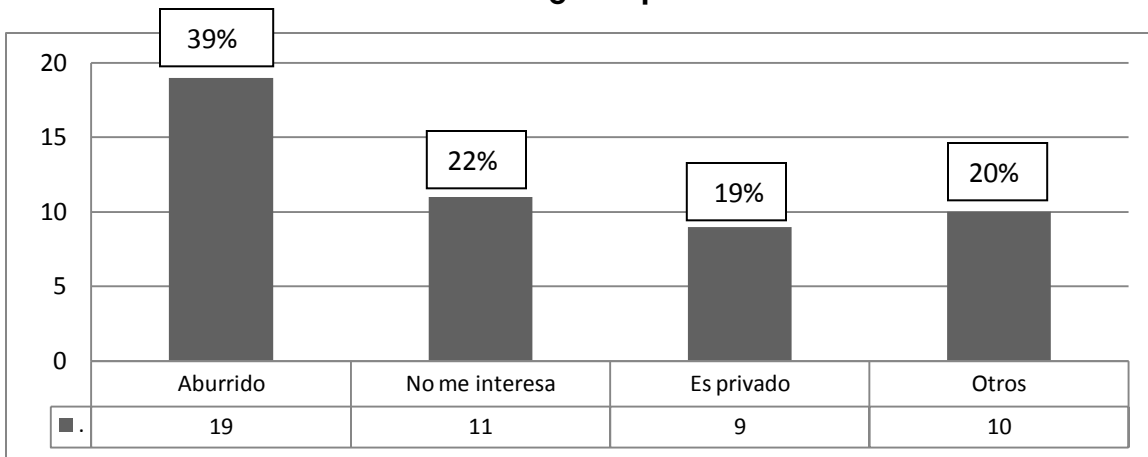
El 78% de los encuestados estuvo de acuerdo con la propuesta de grabar actividades propias de la vida estudiantil de los adolescentes.

SI / ¿Por qué?



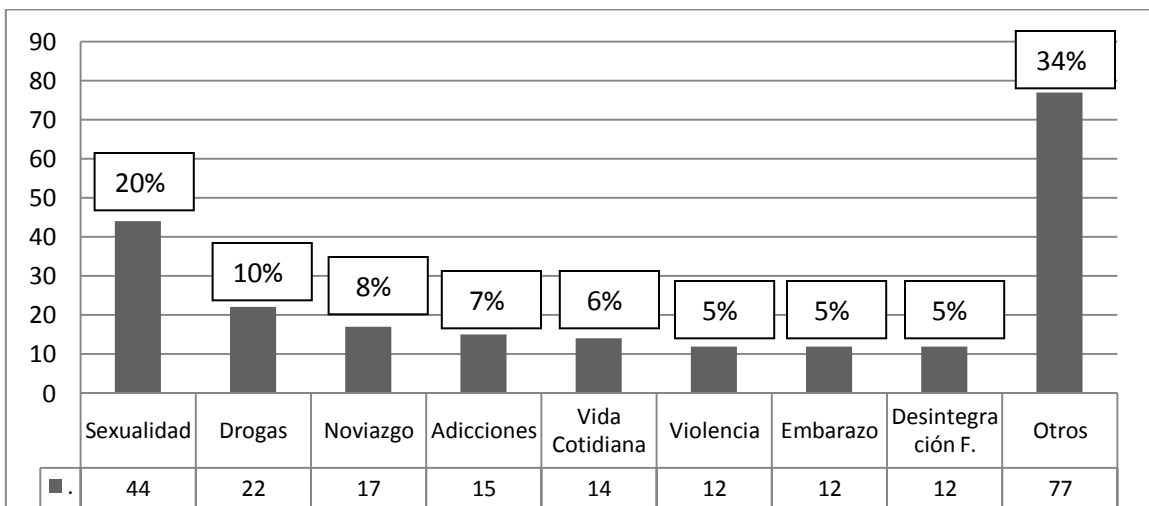
Del 78% que dijeron estar interesados en que el programa transmitiera ese tipo de actividades, expresaron que de esa manera podrían conocer más personas y actividades que jóvenes de su edad realizan. Además les parece divertido y un tema de moda en los medios.

NO / ¿Por qué?



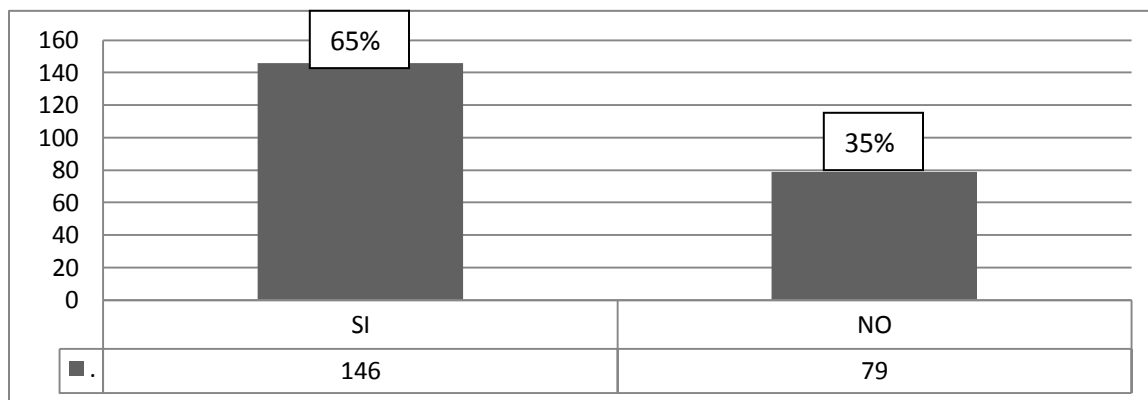
Un 22% dijo no estar interesado en la transmisión de dichos eventos en el programa, ya que les parece aburrido y no les interesa ver actividades de otras personas. Además expresaron que ese tipo de acontecimientos son de índole privado y no tienen por qué ser divulgadas por televisión.

12. ¿Qué temas y problemas propios de la adolescencia te gustaría que se trataran en el programa?



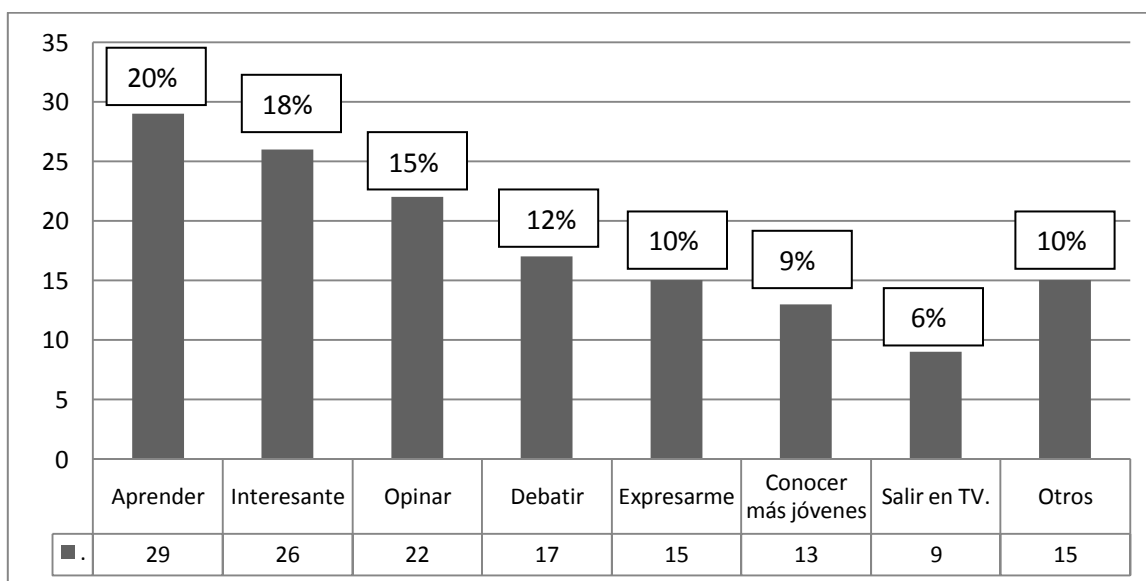
El tema de mayor interés entre los adolescentes es la sexualidad y subtemas derivados. Además de problemas a los que están expuestos como las drogas, adicciones y violencia. Los adolescentes necesitan información respecto a esos temas, proporcionada de forma entretenida y en un ambiente de confianza e intimidad (aun siendo por televisión).

13. Si en el programa se invitara a jóvenes para conversar y debatir sobre distintos temas propios de la adolescencia (deportes, música, estudios, arte, conflictos sociales, etc.) ¿Te gustaría participar como invitado?



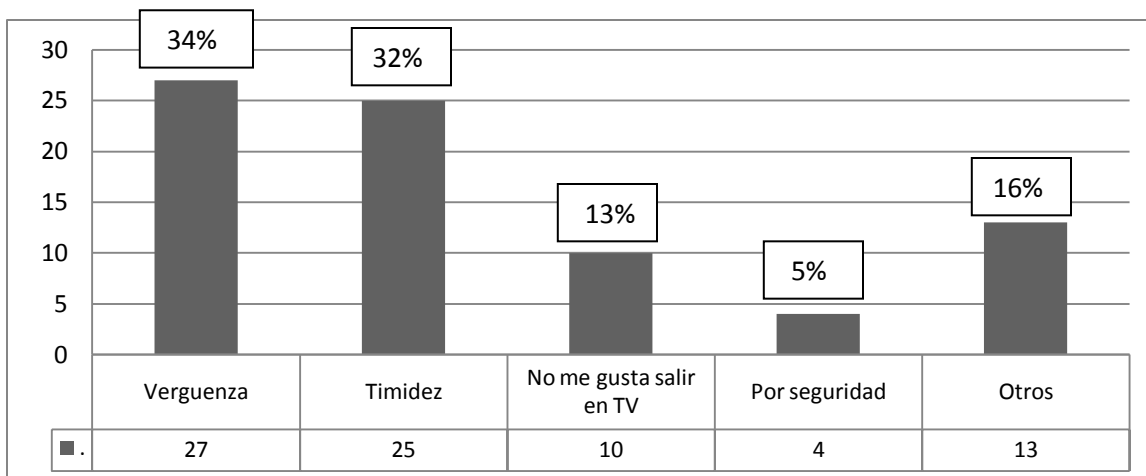
Un 65% de encuestados están en la disponibilidad de participar en el programa como invitados.

SI / ¿Por qué?



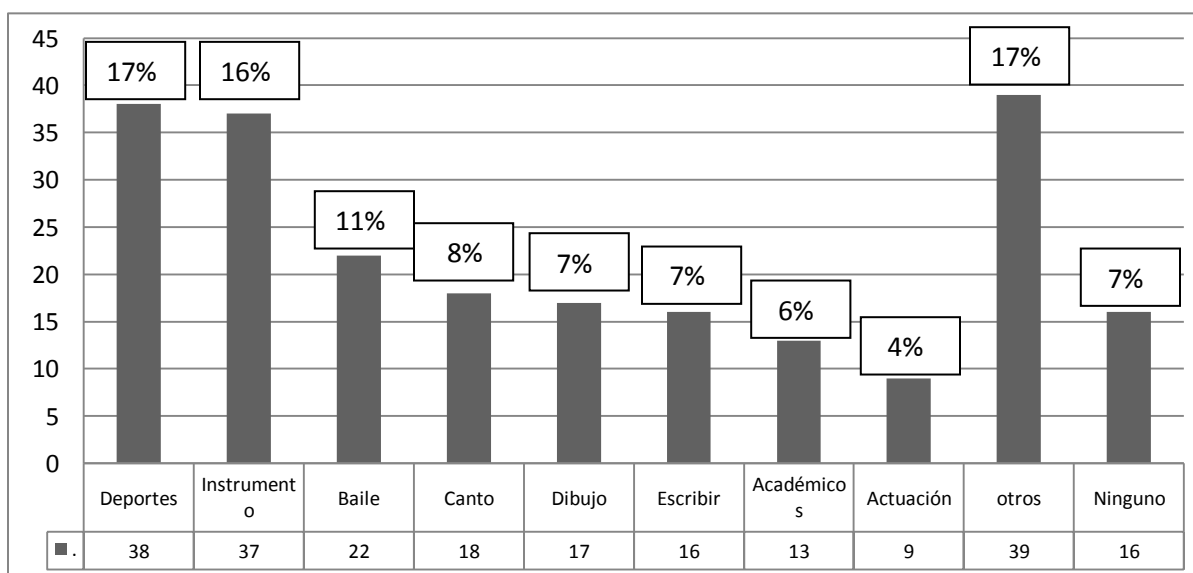
El 65% que aceptó participar, lo haría para aprender, opinar, debatir y expresarse. Dichas actividades actualmente no se realizan en la televisión nacional.

NO / ¿Por qué?



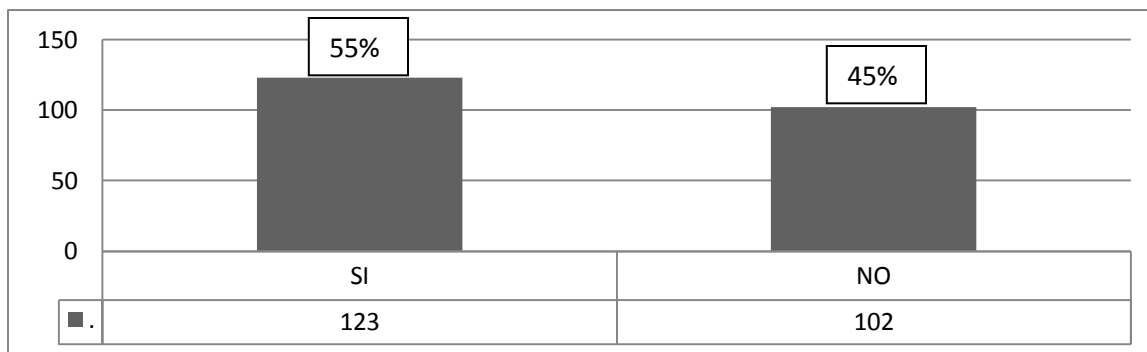
La mayoría de jóvenes que respondió no asistiría al programa, manifestó no hacerlo por vergüenza y timidez.

14. ¿Qué talentos o habilidades tienes?



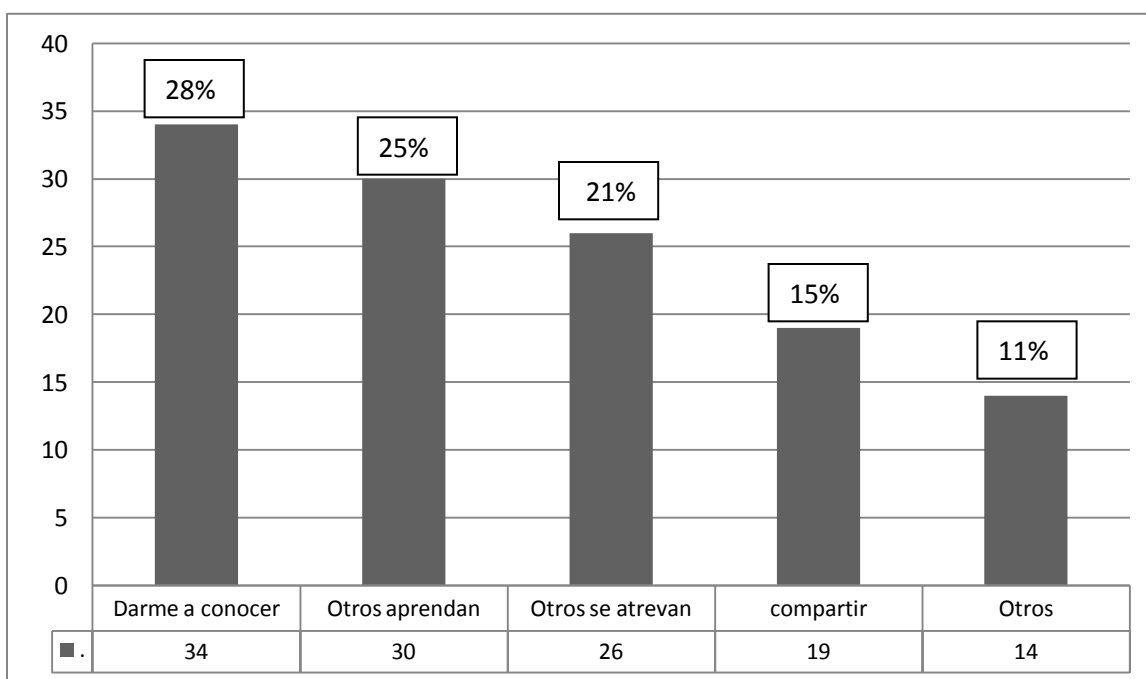
Un alto porcentaje de encuestados considera tener algún talento o habilidad, pero sobresalen los deportes como Fútbol, Natación y Atletismo. Además, la ejecución de instrumentos, principalmente la guitarra, lo que se relaciona con los gustos musicales al momento de elegir programación televisiva.

¿Te gustaría mostrar tu talento o habilidad en televisión?



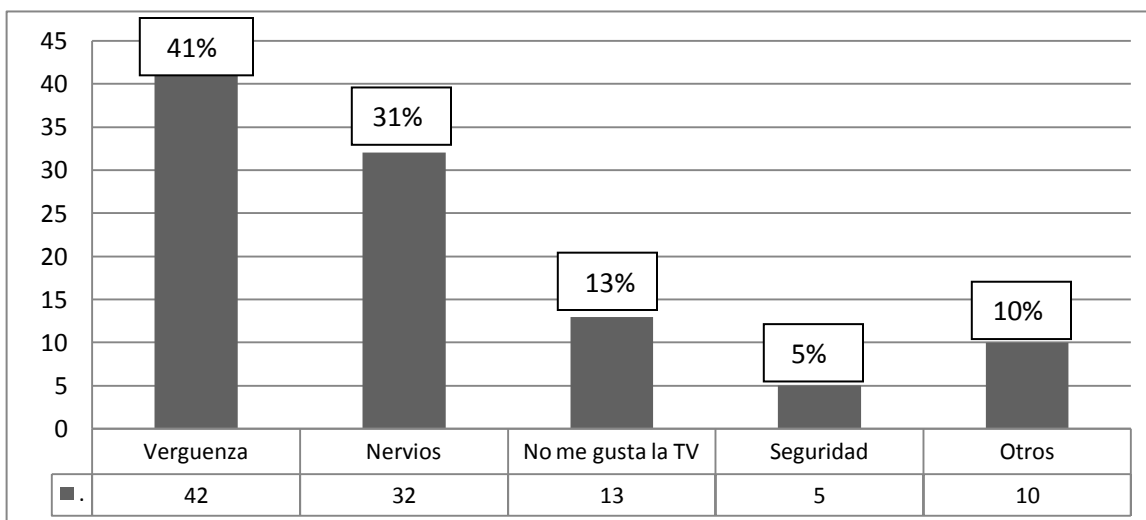
Un poco más de la mitad de los encuestados (55%), estaría dispuesto a mostrar su talento en televisión, principalmente quienes contestaron tener habilidades deportivas y musicales.

SI / ¿Por qué?



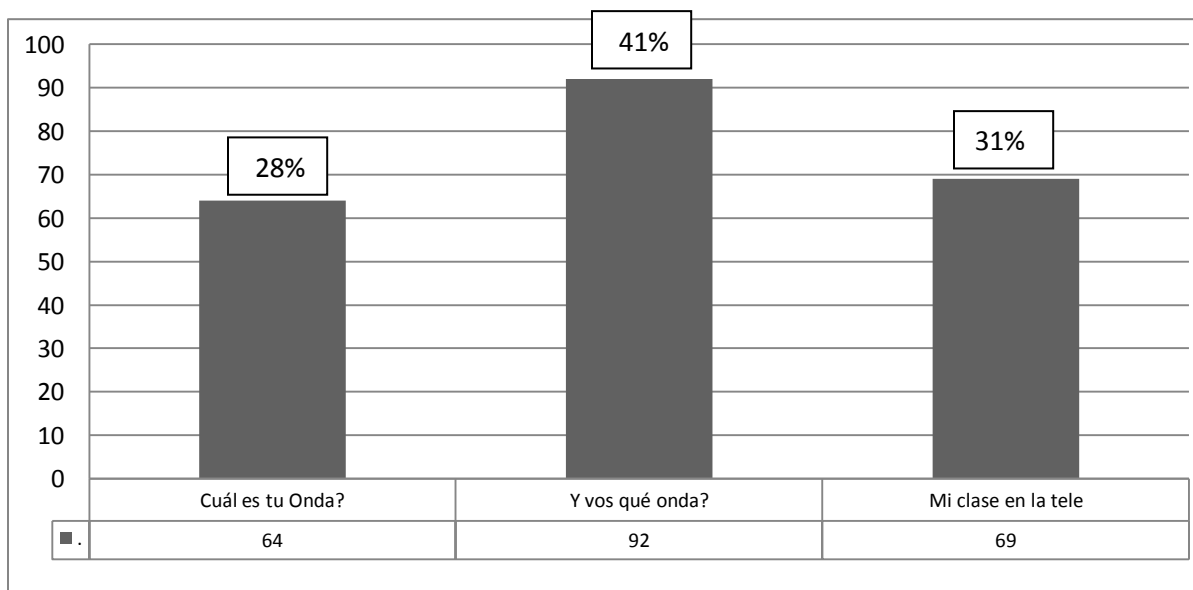
Del 55% que contestaron que sí le gustaría mostrar su talento en televisión, afirmaron que lo harían para darse a conocer y motivar a otros a realizar esa actividad.

NO / ¿Por qué?



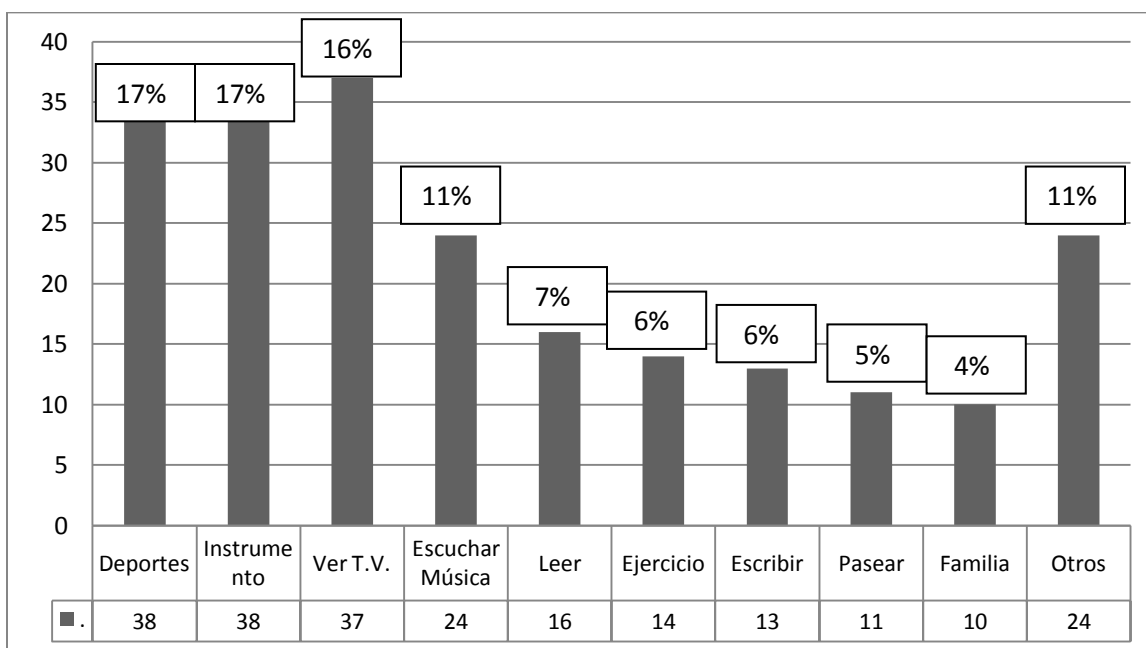
Se repite la tendencia a no querer aparecer en televisión por vergüenza y el nerviosismo que les pueda provocar.

15. ¿Cómo te gustaría que se llamara el programa?



Se propusieron tres opciones de nombres para el programa, pensadas de tal manera que los adolescentes se pudieran identificar con ellos, con lenguaje sencillo y acorde a su edad. Él elegido por el 41% de los encuestados fue “¿Y vos qué onda?”. Se obtuvieron sugerencias como: “Talento de jóvenes”, “Chicos de hoy”, “¿Qué hay?”, “Acción Juvenil”, “Mancha Joven”, “Jóvenes al Ataque”, “Generación”, “Aula Joven” y “¡Hey tu!”.

16. ¿Qué actividades realizas en tu tiempo libre? (Tus pasatiempos).



Los resultados demuestran que los adolescentes se entretienen principalmente haciendo deporte, ejecutando algún instrumento o viendo televisión. Además, aparecen otras actividades diversas, que reafirman que los jóvenes tienen gustos muy distintos entre sí, ya que dentro de las actividades como ver televisión, escuchar música o leer, se encierran distintos géneros. Los resultados obtenidos servirán para crear distintas secciones del programa.

17. Describe brevemente, si tú hicieras un programa de televisión dirigido a chavos de tu edad ¿Cómo sería tu programa ideal?

Esta pregunta encierra todas las contenidas en la encuesta. Los resultados indican que los jóvenes quieren un programa dinámico, con secciones que traten diversos temas, principalmente actividades que los jóvenes realizan como parte de su vida. La música, deportes y talentos son los principales temas de interés.

Así mismo, necesitan un espacio de expresión, discusión y aprendizaje sobre temas relacionados a la adolescencia como drogas, sexualidad, noviazgo, desintegración familiar, entre otros.

Las ideas proporcionadas son tan diversas que se realizará una propuesta televisiva que dé cabida a la mayoría de gustos de los adolescentes.

4.2 Resultados obtenidos de la entrevista a productores

4.2.1 A continuación se presenta la entrevista realizada a Andrea Arias, Coordinadora General de Producción del programa “De Fiesta con Nelson Leal”; y Nelson Leal, Productor Ejecutivo y Conductor del programa.

1. ¿Cómo surge el programa “De Fiesta” y como llegan a estar al frente del programa?

Andrea: Todo surge gracias a Nelson Leal y su cabeza ingeniosa y maravillosa. Se le ocurrió realizar un programa que tuviera variedad, entretenimiento, humor, parodias, reality shows.

El último programa que fue un “show” fue “Campaña”. Es por eso que se quiso retomar esa idea. A parte de todo lo anterior, que el programa se pudiera consolidar con un elenco de artistas completos y un equipo con las características necesarias para formar una producción distinta a las existentes en Guatemala. Nelson lo logró, llevamos un año con el programa. Es un programa muy fuerte, donde se trabaja producción de calidad. Todo dedicado a la familia.



Llegué a Guatevisión gracias a Nelson Leal y la Universidad Mesoamericana, donde estudio actualmente el último año de la Licenciatura en Comunicación Social, con producción en radio y televisión. Allí llegó Nelson queriendo buscar personas que hicieran prácticas. De esa manera se me abrieron las puertas y por lo mismo, yo abro las puertas a las personas. Siempre he sido de la idea que no se puede pedir que un joven tenga experiencia si no se le da la oportunidad. Para mí ha sido un reto demostrar que a la corta edad que tengo, puedo realizar producción de calidad. Lo principal es tener deseo y pasión para poder hacer algo. Entregarse por completo y tener una visión de realizar grandes proyectos.

Nelson: Efectivamente había un espacio en la televisión guatemalteca de un programa que pudiera llenar las expectativas de entretenimiento a nivel Familiar. Al decir entretenimiento incluye muchas cosas. Entretener es sinónimo de captar la atención y mantenerla.



Después de Campaña no surgió nada más. Después de 5 años surge Sábado Gigante, en un esquema muy similar, pero con una producción, recursos económicos y técnicos y un conductor con un carisma muy grande. Crearon un sesgo enorme en la televisión nacional e internacional. Es muy fácil decir que en Guatemala no se produce nada bueno, porque se tiene como referencia la televisión internacional con una producción de gran peso mercadológico y comercial. En países como el nuestro, donde no se tiene una identidad arraigada, se empezó a tomar conceptos y regionalismos de otros lugares. Como guatemalteco, artista y comunicador sentí la necesidad de crear algo que pudiera identificar a la gente de Guatemala. Fue así como surgió la propuesta “De Fiesta” donde se pudiera tener reportajes sobre nuestras costumbres. Un programa donde se pudiera romper el estereotipo de las mujeres altas, bellas y operadas; y el de los hombres fuertes y rubios. Se buscó un grupo de conductores muy guatemaltecos, no solamente en su aspecto físico, sino sobre todo en su manera de comunicarse. Eso fue la base fundamental e ideológica que dio origen al proyecto, crear identidad.

Posteriormente se buscó a la gente con los requerimientos para cada puesto. Yo siempre he confiado en la juventud, ya que como decía Andrea, se cree que no se le puede dar oportunidad a un joven sin experiencia. Pero entonces, cómo vas a encontrar más adelante gente con experiencia.

La idea es luchar para llegar a ser un canal en donde los productos que se presentan puedan llegar a competir en entretenimiento con lo que se produce fuera. En cuestiones de escenografía y recursos técnicos estamos a una buena distancia. Sin embargo creo que este proyecto surge por la necesidad de llenar el espacio existente en Guatevision. Nos falta muchísimo, no somos el mejor programa ni estamos en la cumbre. Hemos tenido muy buenas producciones y otras que no han sido tan buenas. En

lugares como Televisa o TV Azteca, cada programa cuenta con un equipo completo de producción. Aquí un solo equipo de escenógrafos y camarógrafos debe cubrir los 32 programas que se producen en Guatelevision.

En el programa “De Fiesta” es más complicado, porque es un programa de variedades, donde tenemos parodias, que implica grabar canciones en un estudio de audio que no hay en el canal. O conseguir los trajes que se usan, porque el canal no tiene presupuestos asignados para cubrir ese tipo de cosas, hasta que logremos generar las ventas suficientes.

El hecho de tener sketches, realities, parodias es un gran esfuerzo que requiere de mucha pasión y esfuerzo.

Como productor ejecutivo se tratan de maquillar las diferencias existentes con la televisión nacional, para que cuando la gente está cambiando se quede viendo nuestro canal. Nosotros no competimos con la televisión nacional, competimos en cable contra producciones como HBO , TNT, Warner, National Geographic. Esa es nuestra gran competencia. No cuatro canales nacionales, sino 80 o 100 de cable. Y de esa manera, Guatevisión supera en producción a muchos canales, pero también no se puede ocultar que existen producciones espectaculares contra las que es sumamente difícil competir.

Creo que en los pensum debería existir un curso donde se mostrara la realidad de los medios de comunicación del país. Una cosa es lo que se aprende en los libros, que por supuesto es sumamente importante, y otra cosa es la práctica.

2. ¿Hace cuanto tiempo se dedica a hacer televisión?

Andrea: Llevo dos años haciendo televisión.

Nelson: Yo empecé en 1992. Primeramente nunca pensé que fuera a llegar a ser productor, fue una casualidad. Yo lo que quería era ser cantautor, pero por mi personalidad extrovertida hice teatro infantil y un productor de una agencia de publicidad me llamó para hacer un comercial. Allí salía de Pancho Villa, y a raíz de eso me llamaron para otros comerciales, para el Salvador y para México.

Propiamente en televisión, como productor inicié en 1998 y luego tuve un lapso en el cual me alejé y me dediqué a trabajar fuerte en radio. Ya luego regresé con éste proyecto en el que llevo dos años.

3. ¿Cuántas personas conforman el equipo de producción del programa “De Fiesta con Nelson Leal”?

Andrea: Actualmente somos, cuatro conductores: Beatriz Ranero, Karla Calvillo, Rodolfo Romero y Nelson Leal; y cinco personas de producción: Marlon Pitán, Juan Carlos Heer, Luis Carlos Coronado, Julia Rodas y Yo.

4. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la producción del programa “De Fiesta con Nelson Leal”?

Andrea: mi función es ser la Coordinadora de producción del programa “De Fiesta”. Yo controlo todas las producciones: de maquillaje, vestuario, audiovisual, la asistencia de producción y la producción humorística. Mi trabajo es coordinar todas las producciones para poder ejecutar de la manera adecuada. A parte viene todo el trabajo de ventas, todo lo que se trabaja con las gerencias de mercadeo, promociones y gerencia general. Todo lo administrativo.

Nelson: en mi caso soy el productor ejecutivo. Tengo la responsabilidad de ser la persona que toma las decisiones para guiar al equipo hacia donde queremos llegar. Suena sencillo, pero en la práctica es diferente, porque de las decisiones que tome depende el resultado final. Soy quien empuja el equipo y llevo el control de calidad de las producciones. Aunque delego mucho, soy el capitán del barco.

5. En sus palabras ¿Qué es un programa de televisión?

Nelson: Es un reflejo de la realidad, pero no un espejo perfecto. Es un reflejo a través de un espejo cóncavo y a la vez convexo. Las imágenes que recibís son distorsionadas, incluso en un noticiero. En el problema de la subjetividad siempre va a estar involucrado el ser humano que está detrás de la cámara, micrófono, redacción, etc. De alguna manera siempre va a existir un toque personal. Desde el camarógrafo, el locutor, el reportero, el editor. Y eso viene desde las gerencias generales, que manejan ciertas ideologías muy definidas. El escenario es el mismo, pero el tratamiento que se busca es diferente.

Retomando, un programa de televisión es un reflejo distorsionado a través del cual podés enseñar, entretener, educar. Tiene la ventaja de utilizar dos sentidos que son básicos para la subsistencia del ser humano, la vista y el oído. Así como podés hacer un programa en donde critiquéis el gobierno, podés hacer uno donde se haga todo lo contrario. En nuestro caso, hacemos un programa donde tratamos que la gente se sienta identificada con Guatemala, que ame su país.

Andrea: para mí un programa de televisión es una pequeña empresa, en donde cada persona del equipo técnico tiene una misión. Hay una visión, hay objetivos, valores, estrategias. El fin es cumplirlas.

6. ¿Cuál es el proceso de producción de un programa en televisión?

Andrea: A grandes rasgos son 3 pasos: Pre producción, producción y post producción.

La preproducción es donde se generan todas las ideas, todos los contactos, el objetivo en sí del proyecto que se va a realizar. En la producción se ejecuta el proyecto que has planeado con anterioridad. En la postproducción das todos los detalles y maquillaje final a tu proyecto.

Nelson: yo creo que los pasos son: la gestación de la idea, plasmar esa idea en tinta y papel, comunicar esa idea y recibir retroalimentación, definir responsabilidades y atribuciones específicas dependiendo del área profesional de cada persona; confirmar que todo esté preparado y finalmente ejecutar. Se puede agregar mostrar el producto terminado.

7. ¿Cuáles son los recursos y herramientas mínimas para producir un programa en televisión?

Nelson: personas, equipo, lugar y un medio de comunicación que abra el espacio. Dentro de las cosas personales: pasión, entusiasmo, deseo y capacidad contra la frustración. Capacidad para reaccionar a golpes duros, porque es muy difícil, hay muchos problemas y obstáculos en el camino. Pero depende de la actitud del productor. De nada sirve quejarse, cuando lo que hay que hacer es ver donde están los errores y corregirlos.

Andrea: el equipo técnico, el equipo humano, los recursos materiales, un canal que te abra las puertas y sobre todo la actitud de realizar un proyecto.

8. ¿Cómo percibe la televisión nacional actual?

Nelson: En el país hay tres realidades muy distintas. Con nombres y apellidos serían: la televisión abierta, Guatevisión y TV Azteca.

El monopolio de la televisión abierta es contraproducente, es cancerígeno para el país y las nuevas generaciones. Son sistemas obsoletos donde no hay competencia y por lo tanto existe una manera de que la mayoría de gente se ponga en su zona de confort y no haga más de lo necesario. A excepción de un par de noticieros, los programas de televisión abierta están en una situación lamentable, incluso a nivel de las ventas, ya que se condiciona a los clientes.

En Guatevisión no todos los programas son de óptima calidad, he visto programas muy malos, pésimamente producidos. Pero he visto programas muy buenos, que pueden fácilmente competir con la programación internacional, cosa que no he visto en la televisión abierta. La venida a Guatemala de Ricardo García Santander fue muy positiva, ya que es una persona con visión, con capacidad y sobre todo muy noble, que apoya los proyectos que demuestran tener la calidad necesaria para ser apoyados.

En el caso de TV Azteca, el nombre tiene mucho peso. La producción local es muy limitada. A excepción del programa producido por Valdizán, lo demás no tiene mayor cosa. Los enlatados les funcionan muy bien, tanto a ellos como a televisión abierta.

En el caso de Guatevisión es distinto, ya que el 80% de la producción es nacional.

9. ¿Cree que en el canal existe algún programa de televisión dirigido específicamente al público adolescente?

Andrea: vienen nuevos proyectos. En Guatevisión está por iniciar la franja juvenil, que son totalmente distintos a los programas juveniles que se emiten en la televisión nacional. Pero puede crearse algo nuevo, pensando muy bien la idea y el grupo objetivo al que se va a dirigir. Y sobre todo no hay que dejar de lado el aspecto mercadológico.

Nelson: para adolescentes propiamente dicho solo he visto en el canal 18:50. En Guatevisión los nuevos programas que vienen, en televisión

nacional Mundo Joven, que ya no está tan joven. Existe el espacio, pero hay que ver cuáles son exactamente los objetivos del programa.

Puede ser un programa cultural, o totalmente de entretenimiento. Mostrar lo que a los patojos les interesa, que carrera van a seguir o aspectos tecnológicos. Lo que el adolescente quiere es relacionarse con otros adolescentes y crear empatía cuando se da cuenta que otros jóvenes tienen los mismos problemas con sus papás, los mismos sueños, las mismas frustraciones, los mismos temores. Hay que ser un poco psicólogo al pensar el producto que se va a ofrecer al televidente.

Se debe ver el aspecto comercial, pero también definir bien la base ideológica de tu producto. Cuál va a ser la semiología del mensaje oculto que les vas a tirar a los patojos. Puede ser de mucha parranda, pero como comunicador podés darle el tratamiento necesario para que lo que quede en ellos sea positivo. De lo contrario sería una irresponsabilidad profesional, porque la responsabilidad del comunicador es formar una opinión. Hay que ser lo suficientemente suspicaz para enviar un mensaje correcto.

10. ¿Por qué cree que actualmente son pocos los programas dirigidos a adolescentes?

Andrea: más que todo porque hay que pensar muy bien en el aspecto mercadológico. Cuando pensés un proyecto pensá también en los adultos, aunque vaya dirigido para jóvenes. Que les interese a los padres, porque los gerentes de las empresas son padres de familia. Hay que crear un formato que llame la atención del joven, pero también del adulto. Debe ser entretenido y que se venda.

Nelson: en la televisión guatemalteca, en los programas en general, hay cuatro casos:

1. El programa es malo, pero se vende, mantengámoslo porque genera ingresos al canal.
2. El programa es excelente, pero no se vende. Mantengámoslo porque genera rating.
3. El programa es excelente y se vende. Mantengámoslo, es una joya.
4. Tu programa es malo y no se vende, es lo que todos los días se ve desfilar hacia afuera por las oficinas del canal.

11. ¿Cree que existe cabida para un programa dirigido a éste público en el canal?

Andrea: por supuesto. Lo que se debe hacer es crear un concepto innovador, que como dije anteriormente, aunque vaya dirigido a jóvenes, pueda ser visto por toda la familia.

12. Según su percepción ¿Cuál es la clave para el éxito de un programa de televisión?

Andrea: para mi creatividad.

Nelson: para mi pasión y creo que ambas van de la mano. Hay que tener gente capaz, pero a la vez lo suficientemente apasionada.

13. ¿Cuánto dinero cuesta poner un programa de televisión al aire en Guatevisión?

Nelson: depende del formato y del programa. No depende tanto del horario, ya que éste se define por el gerente general y el departamento de mercadeo.

Varía porque las escenografías son caras. Hay programas que su costo de producción es muy baja, porque es un croma, una silla, una mesa y el conductor hablando.

Hay otros programas más complicados, que se graban fuera, como “Tú eres Guatemala”, “Creciendo Juntos” o “Punto G”.

Andrea: los programas que graban en exterior manejan canjes, intermediando publicidad con quien preste el lugar para grabar.

Nelson: programas que graban en foro como “De Fiesta” o “Viva la mañana” tienen un costo más alto, por la escenografía, equipo técnico, etc. Los costos son muy variados, te podría decir que van desde Q 20 mil hasta Q 100 mil.

14. ¿Existen estándares de calidad en el canal? , ¿Cuáles son?

Andrea: Por supuesto. En Guatevisión hay un departamento de análisis de medios. Si tu producto es de calidad se mantiene. Guatevisión ha crecido

muchísimo en estos siete años porque el producto que muestra es bien realizado. No cualquiera entra en Guatevisión y quien entra debe entregar un producto 100% de calidad.

15. Todos vemos el programa al aire, pero ¿Cuánto tiempo semanal se dedica a preparar el programa?

Andrea: para sacar un programa de una hora, trabajamos de lunes a lunes. El lunes es trabajo dentro de la oficina, planificación, aspecto administrativo y ventas. A partir de ese día se tiene que buscar todo para tener lista la grabación del miércoles.

El miércoles es totalmente de grabación en exteriores. Empieza a las 11 am y no se tiene hora de finalización, se extiende hasta terminar lo planificado. El jueves se inicia a trabajar la post producción. El viernes se graba todo lo que es en el foro, todo lo que es en vivo.

Se trabaja toda la semana para obtener un producto de 54 minutos de producción al aire.

16. En Guatevisión ¿Todos los programas que trabajan con el equipo técnico del canal (cámaras, micrófonos, edición, etc.) o se pueden grabar independientemente? ¿De qué depende? ¿Varían los costos?

Andrea: hay dos tipos de producción en el canal, externa e interna. En la externa, ellos ponen todo el equipo y solo traen el producto terminado. Más que todo se maneja por ventas.

En nuestro caso es producción interna, todo es directamente con Guatevisión: foro, cámaras, iluminación; todo nos lo da el canal. Esto crea un compromiso más grande con el canal, ya que nos están dando todo, lo menos que podemos hacer es entregar un producto de calidad.

Nelson: todo se define desde el momento de plantear el proyecto.

17. Como profesional en la materia, ¿Cuáles serían sus recomendaciones para el trabajo de tesis titulado “Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión”?

Andrea: Siempre le digo a los jóvenes que si quieren algo que luchen, que siempre van a haber obstáculos, pero si tú en realidad quieres algo, vas a

poder hacerlo. Si a ti te gusta la carrera vas a poder hacerlo. Muchos dicen que no hay campo, equivocadísimos, el campo tú lo abris. Cuando se te presenta una oportunidad no tenés que dejarla. Hay que creer en ti, llegar a ser lo que querés.

La universidad te da todo lo teórico, pero lo práctico lo conocés ya en el medio. Pero lo importante es poner en práctica todo lo teórico y adaptarte al sistema propio del canal.

Nelson: El problema que veo en Guatemala es que los patojos que estudian Ciencias de la Comunicación creen que los medios tienen la obligación de contratarlos como gerentes de producción y darles todo el presupuesto para realizar su programa que ni los programas importantes tienen.

Para mí lo indispensable es que tengás claramente definido qué querés hacer. Esto se dividiría en: hacia quién vas orientado y cuál es tu base ideológica, que es lo más importante. También estar consciente de la realidad de los medios y del país, no todo aquel que llegue y toca la puerta se le abre. Todos los días viene gente al canal a presentar proyectos y la mayoría se va de regreso, porque no tienen la sustancia que se requiere para esto. Mis recomendaciones son 5:

1. Definir claramente lo que querés hacer.
- 2.Cuál es tu base ideológica y filosófica.
3. Qué le vas a ofrecer como entretenimiento puro a tu televidente objetivo.
4. Qué personas son las que necesitás para que el programa pueda realizarse.
5. Cuáles son los costos que se requieren.

Y además de lo anterior, siempre tener en cuenta luchar por lo que querés. Es muy difícil, hay obstáculos, hay problemas, es una lucha constante. Es terrible, pero no podés darte el lujo de sentarte a llorar en un rincón. Es allí cuando la frase “luchá por tus sueños” adquiere sentido. La frase por sí misma es una oración idealista, y de ideales está lleno el mundo, pero cuando un ideal se enfrenta a la realidad y se pone a prueba, se da el cambio. Ese mundo abstracto de fantasía se hace realidad cuando te enfrentás a la realidad y vienen los momentos difíciles en los que tenés que tomar decisiones complicadas y arriesgarlo todo con tal de conseguir el objetivo.

Si querés realizar tus sueños no duermas. Trabajá y si te dicen no, seguí intentando. Y después de cada “no” analizar cuáles son los factores de esa negación, en qué estás fallando. Estar consciente de que si lo que estás presentando vale la pena. Tomar con seriedad el trabajo, respetar la profesión. Tener una autoestima fuerte para las críticas, pero no inflarte y creerte más, porque todos somos importantes, pero nadie es indispensable. “Pies al suelo y ojos al cielo”.

4.2.2 Seguidamente, se presenta la entrevista realizada a Tania Torres, Jefe de piso del programa “Viva la Mañana” y productora del programa “Viva la cocina”, ambos del canal Guatevision.

1. ¿Hace cuanto tiempo se dedica a hacer televisión?

Hace 7 años.

2. ¿De qué manera se integra al equipo de “Viva la Mañana/Cocina”?

Me reclutaron por medio de una convocatoria, a la cual apliqué y fui seleccionada.

3. ¿Cuántas personas conforman el equipo de producción del programa “Viva la Cocina”?

Entre equipo técnico y producción somos 8 personas.

4. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la producción de los programas “Viva la mañana” y “Viva la Cocina”?

Dentro de “Viva la mañana” tengo a mi cargo la jefatura de piso, me encargo de que la información llegue a los conductores y llevo el control del orden del programa. Por otro lado, en “Viva la cocina” tengo a mi cargo la producción, que implica coordinar a los chef invitados y las recetas q se elaborarán. También la creación y ejecución de las secciones del programa, armado de la escaleta y preparación de la materia prima para las recetas.

5. En sus palabras ¿Qué es un programa de televisión?

Es el medio por el cual llegamos a los hogares de muchas personas. Tiene como finalidad educar e informar de la temática que sea, ayudar a generar opinión y por supuesto de ser la mayor fuente de diversión para las personas.

6. ¿Cuál es el proceso de producción de un programa en televisión?

Una breve descripción de lo que se hace en “Viva la cocina” sería: primero que todo, coordinar que la información esté lista todos los días, en el caso de un programa diario, como el nuestro, realizar las llamadas y coordinar las citas para el programa.



Por otra parte, realizar la escaleta para llevar el orden del programa, incluyendo todo el contenido y cada una de las secciones especificadas.

Por último y lo más importante, verificar que el aire salga todo el programa según lo previsto

7. ¿Cuáles son los recursos y herramientas mínimas para producir un programa en televisión?

En mi opinión y experiencia: 2 camarógrafos, 2 cámaras, un presentador o conductor, un productor, una computadora, un editor, imagen gráfica, micrófonos y cassettes. Con respecto al recurso económico depende del tipo de programa que desees producir.

8. ¿Qué tipo de cámaras e iluminación se utilizan en el canal Guatevisión?

En Guatevisión se utilizan las cámaras Betacam DCR 250, especialmente en el trabajo de campo. La iluminación es especial para el foro, pero no te sabría dar información específica.

9. ¿Cómo percibe la televisión nacional actual?

Se está haciendo una televisión con mejor calidad, debido a que el nuevo público es cada vez más exigente y nuevos profesionales saben lo que quieren ver. Creo que la televisión guatemalteca esta en desarrollo para ser una industria competitiva con los demás países de Latinoamérica. Aunque el proceso es largo, estamos en camino

10. ¿Por qué cree que actualmente son pocos los programas dirigidos a adolescentes?

Los adolescentes son uno de los públicos más difíciles, pues sus emociones e ideologías cambian constantemente, por lo tanto los programas requieren mayor producción y espectacularidad para lograr cautivarlos, y eso es bastante difícil.

11. Según su percepción ¿Cuál es la clave para el éxito de un programa de televisión?

Yo la radico en un conjunto, no puedes solo tener una excelente producción si tu conducción no es la correcta y viceversa, radica en la conexión entre ambas partes y lo que éstas proyecten al público. Hacer una buena mancuerna producción-conducción es esencial

12. ¿Cuánto dinero cuesta poner un programa de televisión al aire en Guatevisión?

Depende del tipo de programa que desees producir, en cuanto a tarifas de tiempo aire, las desconozco.

13. ¿Existen estándares de calidad en el canal? ¿Cuáles son?

Por supuesto, comenzando por una excelente calidad de imagen y sonido. Además, nunca faltarle el respeto a la audiencia.

14. Todos vemos el programa al aire, pero ¿Cuánto tiempo semanal se dedica a preparar el programa?

Depende de la cantidad de horas/semanas q tengas, no es lo mismo preparar un programa como “Viva la mañana” de transmisión diaria, que la barra chapina que son programas unitarios. De igual forma depende del giro de tu programa, para un programa unitario entre producción, grabación y edición podrían ser 4 días a la semana.

15. Como profesional en la materia, ¿Cuáles serían sus recomendaciones para el trabajo de tesis titulado “Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión”?

Si tu idea es realizar un programa juvenil, como lo dije antes primero tiene que ser una idea novedosa que sea capaz de llamar inmediatamente la atención del adolescente.

Segundo, recuerda que la calidad en todos los sentidos es básica, si tu programa no se ve bien o se oye bien no tendrás la respuesta deseada.

Así también, formar un equipo con el que trabajes realmente bien es muy importante, pues llegará un momento que no tendrás que perder tiempo en pequeñeces si no que tu equipo ya sabrá cómo se deben hacer las cosas.

Un principio básico de la televisión, a mi manera de verlo, es saber qué es lo que a ti no te gustaría ver como espectador y no hacerlo, recuerda que tú también serás un espectador más de tu programa.

Capítulo V

5. Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevision.

5.1 Nombre del programa

¿Y vos qué onda?!

El título del programa es funcional respecto al contenido del mismo, encierra en una frase la variedad de segmentos presentados y la relación que el adolescente tiene con ellos. Además, es una expresión de uso cotidiano entre los jóvenes comprendidos en el rango de edades para quienes el programa va dirigido.

Se utiliza el término “vos” para que se proyecte un tono de confianza y cercanía con el espectador, además de representar la identidad guatemalteca.

La palabra “onda” es utilizada frecuentemente en el vocabulario de los guatemaltecos, especialmente los jóvenes, para representar una forma de vida, un estado de ánimo, un gusto, una afinidad, entre otros. La pregunta ¿qué onda? por ejemplo, puede sustituir las frases: ¿Cómo estás?, ¿Cómo andas?, ¿Qué pensás?, ¿Qué te parece?, ¿Qué te sucede?, etc.

Además, se presenta el título dentro de doble signo de puntuación (exclamación e interrogación), primero que todo porque la gramática lo permite y para darle mucho más peso, valor y versatilidad a la frase, ya que puede tener infinidad de interpretaciones y usos, lo que en concreto se quiere lograr.

5.2 Logotipo



El logotipo del programa maneja un diseño dinámico. Contiene los colores rojo (letras), gris (signos de admiración e interrogación), morado (fondo) y azul (diseño de onda al centro). Además celeste, verde y amarillo en las siluetas en la parte superior.

El diseño en conjunto refleja juventud y alegría. Las siluetas y la onda representan la variedad de temas a tratar.

5.3 Sinopsis

“¿Y vos qué onda?!” es un programa semanal dirigido a los “patojos de colegio” (adolescentes comprendidos en las edades de 13 a 17 años, que cursan los grados de secundaria y diversificado). Es un programa de entretenimiento con el cual los jóvenes se identificarán, ya que podrán ver en él un reflejo de su vida, sus gustos, cultura, intereses y necesidades. Todo lo anterior presentado de manera amena, dinámica y original.

Con una duración de una hora (opcional) y por medio de distintos segmentos, los adolescentes podrán aprender, educarse, opinar y expresarse; y sobre todo, tendrán la oportunidad de entretenerse de una manera sana y acorde a su edad. No se trata de ocultar a los adolescentes el mundo adulto, ni de privarlos de los contenidos infantiles, sino de hacer que aprovechen al máximo la adolescencia, etapa fundamental en la formación de cualquier ser humano; que disfruten su edad y a la vez, se informen y aprendan sobre los temas que les interesa y necesitan saber.

Será conducido por una pareja de jóvenes (no obligatoriamente adolescentes), que puedan transmitir confianza y empatía al televidente. Que los adolescentes además de identificarse, vean un guía en ellos.

El programa presentará distintos segmentos, para abarcar los tan diversos gustos de los adolescentes. Para ello, el único protagonista del programa es el adolescente en sí, sus actividades y sus gustos. El objetivo principal no es presentar personas famosas, sino jóvenes comunes y corrientes, que tienen talentos para compartir. Se presenta ¿qué onda?! tienen los adolescentes con distintos temas como deportes, música, talentos, diversión, entre otros. Además, en otra parte del programa, se hablará sobre temas de interés de los adolescentes, en una especie de mesa redonda. Acompañados de un profesional experto en el tema, los conductores y adolescentes invitados, tendrán la oportunidad de debatir, opinar y expresarse respecto a la temática tratada.

El televidente tendrá la oportunidad de solicitar por los distintos medios de comunicación con el programa, el poder ser entrevistado y mostrar sus habilidades en alguna de las secciones, o de igual manera, ser invitado para debatir un tema.

“¿Y vos qué onda?!” tiene como principal objetivo, llenar el espacio que hace falta para los adolescentes en la programación televisiva guatemalteca. Es por eso que lo hace dentro de la programación del canal Guatevision, que va dirigido a través de sus distintos programas a cada uno de los miembros de la familia, resaltando siempre los valores, la identidad nacional y mostrando “un canal como debe ser”.

5.4 Filosofía del programa

“¿Y vos qué onda?!” es un programa diseñado para entretener al adolescente, además de ser un espacio de expresión y aprendizaje.

Por medio de sus diferentes secciones busca que el televidente se identifique y vea reflejadas sus actividades diarias, pasatiempos, anhelos y principalmente, la adolescencia presentada en un tono sano, dinámico y directo.

Además, presentar temas que son parte de la vida del adolescente y sobre los cuales tienen dudas, para informarlos y educarlos, así como crear un espacio de expresión.

Ser la puerta para que el adolescente y sus padres conozcan sobre los temas y una vez terminado el programa, los discutan. Fomentar ante todo los valores y la comunicación familiar, que se ha perdido en los últimos años.

“¿Y vos qué onda?!” tiene como principal objetivo, que el espectador disfrute de su adolescencia con un contenido acorde a esta etapa de la juventud.

5.5 Grupo objetivo o target

El programa será dirigido al público adolescente (13 a 17 años de edad), de ambos sexos, que cuenten con sistema de cable y el canal Guatevisión. Por su variado contenido busca cubrir los gustos de distintos jóvenes, ya que se sentirán identificados con las secciones y temas a tratar en el programa.

Aunque tiene un grupo objetivo definido, no se limita a él, pues puede ser visto por la familia completa. Es aspiracional y educativo para los niños, así como una fuente de información que genere temas de discusión entre padres e hijos, promoviendo la unión y comunicación familiar.

5.6 Medio (Canal de televisión)

El medio elegido y definido desde un inicio para la transmisión del programa es el canal de transmisión por cable (CATV) “Guatevision”.

Guatevision es un canal que se ha posicionado en la población guatemalteca, llegando a ser hoy en día uno de los medios más importantes del país. Aunque no alcanza los índices de audiencia de los canales nacionales (UHF y VHF), si tiene

un contenido mucho más completo y variado, dirigido a público de todas las edades. Además, tiene una importante proyección internacional.

5.7 Tipo de programa

- **Por su contenido:** El programa “¿Y vos qué onda?!” es un programa de entretenimiento de corte juvenil. Debido a su variedad de segmentos y variación de éstos semanalmente puede catalogarse como una telerevista.
- **De acuerdo a su realización:** será un programa “Pre-grabado”, ya que ese formato es el que se adecúa de mejor manera tanto al programa como al canal. El formato permitirá una excelente estructuración del programa en el departamento de edición. Se tratará de llevar como mínimo una semana de adelanto entre programa grabado y emitido.
- **Dentro del canal Guatevisión:** será un programa de producción interna. El canal proporcionará el estudio y todo el equipo técnico para la grabación y edición del mismo.

5.8 Producción del programa

5.8.1 Pre producción

La pre producción del programa inicia desde la presente propuesta. Incluye todo el trabajo creativo, administrativo y financiero para ejecutar el proyecto.

5.8.2 Producción

Se iniciará con una reunión semanal con el equipo creativo y de producción, en donde se estructurará el programa a grabar. Se definirá el contenido del mismo: las secciones a presentar y el tema a tratar. De acuerdo a lo anterior, se definirán los contactos y las locaciones de grabación.

Se creará la Escaleta para la estructura general del programa y los guiones y textos para cada una de las secciones. Se definirá todo lo concerniente a patrocinios e invitados al programa, el orden y horarios de grabación.

Se grabarán todas las secciones agendadas, en las locaciones acordadas. De igual manera se grabará en el estudio el día y hora que el canal lo disponga, todas las intervenciones de los presentadores. Éste contenido se puede repetir hasta lograr la toma deseada.

También se grabará en el estudio la segunda parte del programa (desarrollo del tema), con los presentadores, profesional e invitados. Esta parte de programa se grabará en una sola toma, ya que será una plática fluida o charla abierta.

5.8.3 Post producción

En esta etapa, el equipo de edición se encargará de estructurar todo el material audiovisual obtenido en la etapa de producción; musicalizar, agregar efectos, cintillos, etc.

En esta etapa final de la producción se dejará el material listo para su transmisión.

5.8.4 Transmisión

Una vez obtenido el producto final, estará listo para ser transmitido por el canal Guatevisión. El horario de emisión quedará definido por la gerencia de producción y la gerencia de mercadeo del canal, pero se presenta la siguiente propuesta.

Los resultados obtenidos en las encuestas reflejan que la mayoría de adolescentes ven televisión en los horarios de la tarde y noche, debido a sus jornadas de estudio. Es por eso que se sugiere transmitir el programa en los siguientes horarios:

Sábado 18:00 horas (estreno del programa semanal)

De igual forma se podría realizar un resumen del programa y colocarlo un día de la semana dentro de la Franja Juvenil (16:30 horas) o la Franja Chapina del canal (20:30 horas).

5.9 Contenido del programa

“¿Y vos qué onda?!” presentará diversidad de segmentos, para cubrir los gustos, cultura, moda y necesidades de los adolescentes. El protagonista del programa es el adolescente, por lo que será quien se presente en cada una de las secciones. Música, deportes y fiesta son de los principales temas que les interesan a los jóvenes, por lo que serán las principales secciones del programa. De igual forma, se incluirá a lo largo de las emisiones otros temas solicitados, como: tecnología, cultura, videojuegos, reportajes, educación, videos musicales, noticias, fiestas y aventura.

Todas las secciones se grabarán en locaciones, como un parque, la casa del entrevistado, su colegio, etc., para darle al programa un tono de intimidad y confianza. Las secciones se titularán con el tema de cada una de ellas, precedida del título del programa, por ejemplo: “¿Y vos qué onda con “La Música”?!”.

En cada programa se presentarán 3 o 4 secciones, que irán alternándose semanalmente. El objetivo es que cada una de estas secciones, sean presentadas de una manera visual y auditiva totalmente fresca y original. Que cada segmento sea una especie de videoclip.

5.9.1 Primera parte / Segmentos

5.9.1.1 “¿Y vos qué onda con “La Música”?”

En este segmento se presentará a los adolescentes y sus distintas interacciones con la música.

Principalmente se mostrará la historia de un adolescente en particular y su habilidad para ejecutar un instrumento. Se presentará al joven, su edad y el grado que cursa, así como una pequeña entrevista sobre su desempeño con el instrumento, su tiempo de ejecutarlo, cómo aprendió, etc. Al mismo tiempo, se dará espacio para que el entrevistado demuestre su talento.

También se presentarán grupos musicales, ya que la creación de bandas es muy común entre los jóvenes de hoy. Así, en la sección podrán presentar su grupo, sus integrantes, su historia y compartir un poco de la música que tocan.

En esta sección también se incluirán reportajes sobre actividades musicales, como conciertos, recitales, lanzamientos de discos, etc.

5.9.1.2 “¿Y vos qué onda con “El Deporte”?”

Se presentará la historia de un joven y su relación y desempeño en el deporte. Se incluirá una pequeña entrevista, sus logros o aspiraciones con el deporte y todo lo que el entrevistado quiera compartir. Se presentará parte de su entreno o rutina al momento de practicar el deporte.

De igual forma la sección no es solamente individual, ya que pueden participar equipos de distintos deportes, mostrar su talento, triunfos o metas. También podrán invitar a otros jóvenes a futuras actividades o a incorporarse al equipo.

También se incluirán notas sobre actividades deportivas importantes, torneos, competencias, etc.

5.9.1.3 “¿Y vos qué onda con “La Fiesta”?”

Esta sección fue creada, ya que el estudio demostró que es de los temas favoritos de los jóvenes. Se presentará todo lo relacionado con fiestas y celebraciones.

El televidente puede solicitar que el programa asista a su fiesta de cumpleaños, graduación o cualquier otro festejo que organice. Se realizará una nota cubriendo el evento, guiados por el anfitrión.

También se pueden presentar fiestas, mañanas deportivas o kermeses de colegios e institutos. Todo con el objetivo de mostrar de manera entretenida y sana la forma en que los jóvenes realizan su celebración, desde la organización del evento, ensayos, etc., hasta el final del mismo.

5.9.1.4 “Exprésate en ¡¿Y vos qué onda?!”

El segmento es un medio de expresión abierto, en donde se le pedirá a los jóvenes en las calles o en los eventos a donde “¡¿Y vos qué onda?!” asista para grabar las otras secciones, que se expresen, teniendo 10 segundos para decir lo que quieran: mandar saludos, declarar su amor a alguien, invitar a un evento, cantar, bailar, etc.

5.9.1.5 Otros segmentos

Aunque los anteriores están más definidos y se presentarán frecuentemente, el programa es dinámico y pretende mostrar todos los talentos de los adolescentes. Por lo tanto, se presentarán otras secciones, según el talento que el televidente solicite mostrar. Por ejemplo podrían presentarse las secciones:

- “¡¿Y vos qué onda con “La Cocina”?!”
- “¡¿Y vos qué onda con “El baile”?!”
- “¡¿Y vos qué onda con “La Tecnología”?!”
- “¡¿Y vos qué onda con “La Aventura”?!”
- “¡¿Y vos qué onda con “Los videojuegos”?!”
- “¡¿Y vos qué onda con “El Motocross”?!”

De esa misma manera, toda la variedad de temas y talentos que los jóvenes quieran presentar y que se acoplen al programa.

5.9.2 Segunda Parte / Desarrollo de tema

“¡¿Y vos qué onda?!” además de ser un programa de entretenimiento, también será informativo, educativo y formativo para los adolescentes. En esta segunda parte del programa se presentarán temas de interés para los jóvenes, primero que todo informando a fondo sobre el mismo.

Acompañados de un profesional en el tema, los conductores desarrollarán el contenido de una manera amena, estructurada e íntima. Por supuesto, sin perder el toque juvenil y original.

Se presentará el tópico y sus principales características, estadísticas, forma en que afecta o se relacionan los jóvenes con el mismo.

Además se invitará a 2 televidentes que quieran compartir su punto de vista sobre el tema tratado, o alguna experiencia personal respecto a éste.

También se presentarán sondeos realizados a jóvenes en la calle, para que den su opinión sobre la temática tratada.

Los principales temas en los cuales los adolescentes coinciden querer informarse son:

- Sexualidad (y relacionados)
- Drogas
- Adicciones
- Noviazgo
- Violencia
- Embarazo
- Desintegración familiar
- Vida cotidiana

Los anteriores por ser los más solicitados pueden ser los temas tratados en los primeros programas. Es importante mencionar los otros temas solicitados por los adolescentes, para tener una mejor idea de la estructura del programa. Estos son: el aborto, enfermedades venéreas, la actitud, cambios físicos, educación, pornografía, universidad, superación personal, moda, Dios, anorexia, bulimia, pandillas, abuso físico y psicológico, depresión, rebeldía, amistad, acné, obesidad, internet y problemas dentales.

La idea de esta sección es que luego de presentar el tema, se pueda desarrollar una conversación natural y fluida entre el profesional, conductores e invitados. Que surjan preguntas, opiniones y expresiones por parte de los integrantes de la conversación.

Los invitados son la representación de todos los adolescentes, por lo que pueden presentar sus dudas y aclarar así las de muchos otros.

Al final se presentarán las conclusiones del tema, un resumen y sobre todo, consejos aplicables a la vida de los adolescentes. Se dará información sobre asociaciones, páginas de internet, museos, instituciones, etc., en donde los jóvenes se puedan avocar para recibir ayuda o más información.

Al igual que las secciones, esta segunda parte del programa incluirá el título del programa en su presentación, para no perder el concepto del programa. Por ejemplo:

El tema de hoy: “¿Y vos qué onda con “La Anorexia”?”.

5.9.3 Propuestas de transmisión

Debido a la estructura del programa y para que el tiempo no le reste importancia a ninguna de las secciones, se propone emitirlo de cualquiera de las siguientes formas, según el presupuesto y el espacio disponible en el canal.

- **Programa semanal de una hora:** se presentan los segmentos en la primera media hora y el tema en la segunda media hora.
- **Programa semanal de media hora:** se presentan dos tipos de programa en una misma línea. Una semana se presentan las secciones y la introducción al tema a tratar la siguiente semana. La segunda semana, el programa se trata de lleno del desarrollo del tema. De esa forma, el programa tendrá variación de contenido quincenalmente.

5.9.4 Un vínculo personal

“¿Y vos qué onda?!” será un programa de televisión con el cual los jóvenes podrán tener vínculos de comunicación directos. Para contactar o pedir ser parte de alguna sección o invitados en el tema, podrán comunicarse vía correo electrónico, además de que el programa tendrá una cuenta en las principales redes sociales de internet (Facebook y Twitter), en donde se mantendrán discusiones constantes para estructurar el contenido de los temas y programas.

Se contestarán todas las dudas, sugerencias o peticiones de los jóvenes, para que el programa tenga credibilidad y así, crear una conexión directa y constante con el televidente.

5.10 Datos técnicos

5.10.1 Equipo de trabajo

Para la producción del programa se requerirá de:

- Productor general.
- Productor ejecutivo.
- Director de producción.
- Coordinador de producción.
- Director de Piso
- Técnico de Edición
- Guionistas
- Conductores
- Camarógrafos
- Director de Cámaras
- Switcher

- Técnico de audio
- Técnicos de iluminación
- Escenógrafos
- Maquillista

El número de colaboradores se definirá según el presupuesto y la organización final. De esa manera, se pueden agregar, eliminar o compartir cargos dentro de la producción.

5.10.2 Iluminación

En el estudio de grabación se utilizará la iluminación especial y necesaria para rellenar el set. El foro de Guatevisión cuenta con un equipo completo de rebotes e iluminación interior conformado por luces Totas.

En locaciones interiores se utilizará iluminación auxiliar y en exteriores luz natural y pantallas de rebote para lograr la iluminación deseada.

5.10.3 Sonido

Dado el dinamismo del programa, la musicalización será una herramienta indispensable. En el estudio se utilizará música de fondo para acompañar cada intervención de los presentadores. De igual forma en cada uno de los segmentos, se utilizará música, el sonido directo de la grabación y Voice-off.

El sonido y las herramientas variarán según se necesite en el segmento o presentación.

5.10.4 Micrófonos

Para los conductores e invitados, se utilizarán micrófonos de solapa omnidireccionales. También se utilizarán micrófonos inalámbricos omnidireccionales de sostenimiento manual, como auxiliares. Para las notas en exteriores se utilizará micrófonos omnidireccionales de conexión directa a la cámara.

5.10.5 Cámaras

Se utilizarán las cámaras proporcionadas por el canal para las grabaciones. En el estudio de dos a cuatro cámaras y en locaciones una o dos, dependiendo del número disponible el día de grabación agendado.

En el canal se utilizan las cámaras Sony DRS 250, formato DVCAM SP.

5.10.5.1 Encuadres

Se jugará con los planos para crear dinamismo en las tomas. Principalmente se utilizarán el plano general, el plano medio y two shot, dado el número de presentadores. Pero se buscará experimentar la propuesta visual.

El manejo de encuadres puede variar según el segmento del programa.

5.10.5.2 Movimientos de Cámara

Los movimientos de cámara serán muy dinámicos en el programa. Se jugará mucho con el zoom en movimientos cortos y rápidos. De igual manera se utilizará el Dolly y el Travelling. No existirá un formato rígido en cuanto a los movimientos, si no que se adecuarán a cada situación. Se busca innovar en la estética visual de los programas de producción nacional.

En los segmentos, que generalmente serán grabados en locaciones o exteriores, se manejará la misma dinámica.

En la segunda mitad del programa, se manejarán movimientos más estables y lentos, por ser la discusión seria de un tema. Las cámaras estarán sobre trípodes y se manejará el zoom y el paneo.

5.10.6 Vestuario

El vestuario de los conductores del programa será de estilo juvenil y casual, para que exista identificación con el televidente. De preferencia se realizarán las gestiones necesarias para que haya marcas o tiendas de ropa que patrocinen dicho vestuario.

El vestuario de los invitados en el foro, así como los entrevistados en las distintas secciones, quedará a criterio de cada uno de ellos, únicamente solicitándoles que no tenga marcas comerciales visibles y sea apropiado para el tipo de programa.

5.10.7 Patrocinios

Se buscarán patrocinios de productos de acuerdo a la edad del grupo objetivo del programa, además de otros que puedan ser funcionales, ya que el programa es de corte familiar. Se sugieren: bebidas gaseosas, snacks, comidas rápidas, tiendas de ropa y accesorios, artículos de cuidado personal, academias de talento o deportes, lugares de recreación, etc.

La gestión de patrocinios también dependerá de lo acordado con el departamento de mercadeo del canal Guatevisión.

5.10.8 Escenografía

Está diseñada de manera que se acople al foro de grabación del canal Guatevisión. Además de ser de fácil montaje, ya que se debe instalar y desinstalar en el día y horario de grabación designado por el canal. La escenografía del programa contará con 2 sets.

- **Set 1:**

Está conformado por 2 paneles, uno de fondo y uno del lado derecho. La decoración del panel del fondo está dividida en tres partes. La parte superior con un patrón de signos de admiración e interrogación, ambos de apertura. Los signos de color azul, sobre un fondo amarillo. La parte intermedia es de color gris, con un dibujo de una “onda” al centro, en color morado. La parte inferior está conformada por un patrón de signos de admiración e interrogación de cierre. Los signos de color rojo sobre un fondo azul.

El panel del lado derecho es de color morado, con una onda gris en la parte superior y una anaranjada en la parte inferior. Al centro hay una perforación en forma de un signo de admiración y uno de interrogación. Esta perforación dará vista a una televisión plasma, o en algunas tomas, servirá de enlace hacia el Set 2.

Sobre el piso del Set 1 se encuentra una alfombra con el logotipo del programa. Complementa la escenografía una silueta de tamaño humano (de las 3 que se encuentran en el logotipo) en el lado izquierdo (ver gráfico 5.1).

- **Set 2:**

Tiene forma de media luna. El fondo es una cortina plegada en color azul. Al centro de la cortina el logotipo del programa. Al frente un sillón principal central y 2 puffs a los lados.

Está rodeado por una estructura de aluminio, conformada por dos columnas a los lados y una viga superior, que sostiene reflectores de colores. Complementan el set, las dos siluetas restantes a los lados. (Ver gráfico 5.2)

Se realizarán algunas tomas de transición entre el set 1 y el set 2 (cuando se coloque un conductor en cada uno). Para ello habrá un plasma en medio de los dos sets, mostrando la animación del logotipo del programa o alguna marca promocionada. De fondo una cortina negra.

También se harán tomas desde el set 1 al set 2, conectándose a través de la perforación del panel derecho del set 1.

Los sets serán colocados en un ángulo que permita la fácil movilización de las cámaras dentro del foro, así como un adecuado enlace y transición entre ambos ambientes (ver gráficos 5.3 y 5.4).

5.10.9 Escaleta y textos

Al ser un programa de televisión, no cuenta con guiones concisos como un anuncio o una película, pero si se utilizan guías estructuradas. Para diseñar la escaleta del programa, se tomó como base el modelo utilizado por la producción del programa “De Fiesta con Nelson Leal”, para presentar un modelo utilizado en el campo real.

Como ejemplo para el presente trabajo, se presentan los modelos de:

- La escaleta de un programa completo de una hora (ver gráfico 5.5).
- El guión de uno de los segmentos (ver gráfico 5.6)
- Los textos de la primera parte del programa (ver gráfico 5.7)

5.10.10 Presupuesto

El presupuesto del programa se definirá específicamente con el canal Guatevisión, por ser la propuesta para un programa de producción interna. También dependerá de los patrocinadores obtenidos y negociaciones mercadológicas.

Como un presupuesto tentativo se estima la cantidad de Q 10 mil quetzales por programa (capítulo), haciendo un total de Q 50 mil al mes, aproximadamente. La cantidad puede ser menor o mayor. Debe realizarse un estudio mercadológico a fondo.

Gráfico 5.1

Set 1



Gráfico 5.2

Set 2



Gráfico 5.3
Ambos sets, vista frontal.

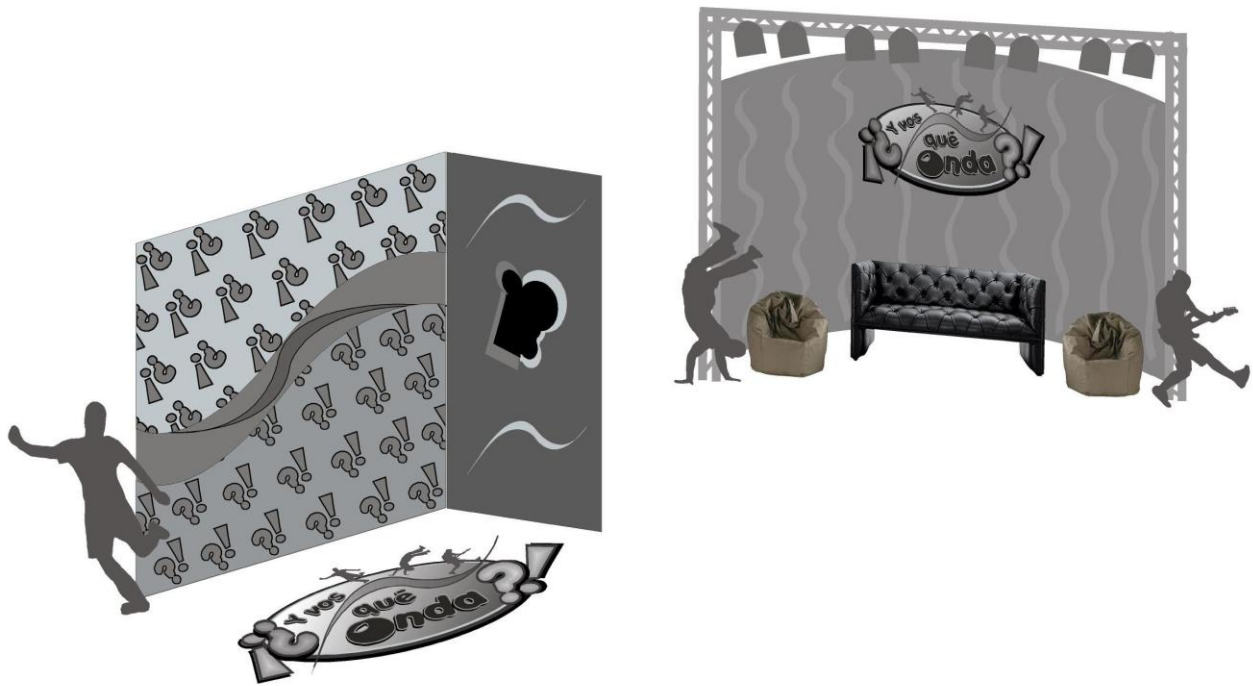


Gráfico 5.4
Ambos sets, vista aérea.

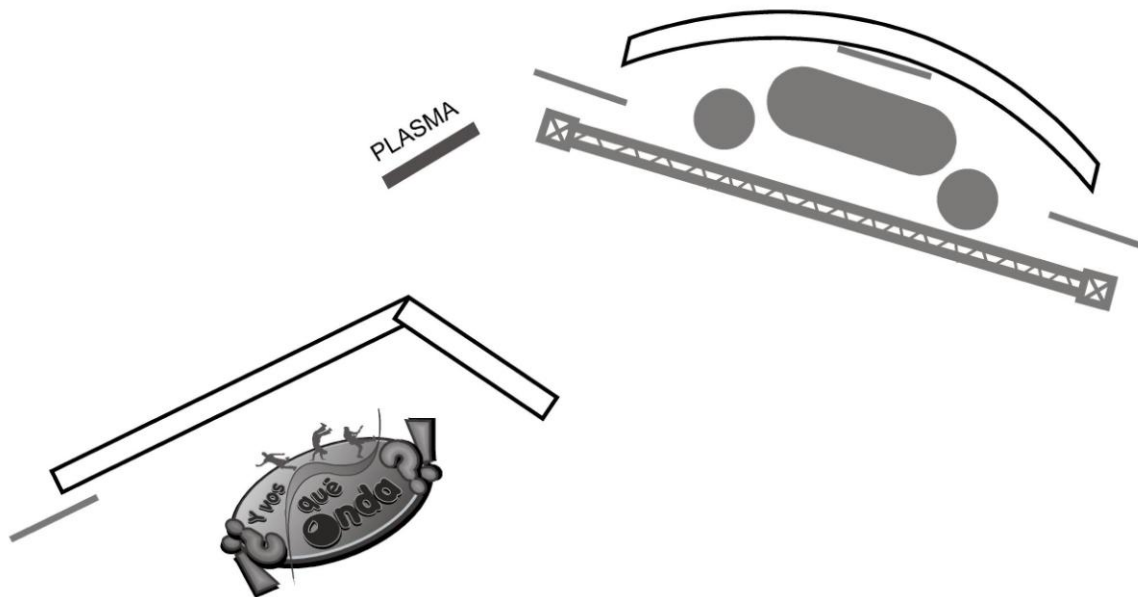


Gráfico 5.5
Escaleta

¿Y vos qué onda?!

GRABACIÓN: 16 Y 18 de noviembre.

PROGRAMA: 01

EMISIÓN: sábado 27 de noviembre.

No.	Presenta	Ubicación	Contenido	Origen	Duración	Tiempo acumulado	Observaciones
1	Ambos	Set 1	Bienvenida	Foro	1.00	1.00	Nombres de los presentadores
2	---	---	Entrada del programa	Video	0.30	1.30	----
3	Ambos	Set 1	Adelantos segmentos	Foro	1.00	2.30	
4	Presentadora	Set 1	Presenta segmento "Música"	Foro	1.00	3.30	---
5	---	Locación	Segmento: Música	Video	3.00	6.30	---
6	Presentador	Plasma	Mención patrocinador "A"	Foro	1.00	7.30	Cintillo patrocinador "A"
7	Presentadora	Set 1	Correos / presentación exprésate	Foro	1.30	9.00	Correo del programa
8	---	Locación	Seg. Exprésate	Video	1.00	10.00	---
9	Presentador	Set 2	Saludos /Manda a comerciales	Foro	0.30	10.30	
10	---	---	COMERCIALES	---	--	---	---
11	Ambos	Set 2	Mención patrocinador "B"	Foro	1.00	11.30	Cintillo patrocinador "B"
12			Presentación Deportes		1.00	12.30	

13	---	Locación	Segmento Deportes	Video	3.00	15.30	---
14	Ambos	Plasma	Mensajes facebook	Foro	2.00	17.30	FB del programa
15	Ambos	Set 1	Presentación video de la semana	Foro	1.00	18.30	Correo Video
16			Video de la semana	Video	3.30	22.00	
17	Presentadora	Set 1	Manda a corte	foro	0.30	22.30	
18	---	---	COMERCIALES	---	---	---	---
19	Ambos	Sets 1 y 2	Medios de comunicación/ Presentación segmento Fiestas	Foro	1.30	24.00	Cintillo medios de comunicación
20	---	Locación	Segmento "Fiesta"	Video	3:00	27.00	---
21	Presentador	Set 1	Mención patrocinador "C" Manda a Comerciales	Foro	1.00	28:00	Cintillo patrocinador "C"
22	---	---	COMERCIALES	---	---	---	---
23	Ambos	Set 2	Bienvenida Tema/presentación video tema	Foro	1.00	29.00	---
24	---	---	Video Tema	Video	3.00	32.00	---
25	Ambos e invitados	Set 2	Bienvenida invitados/inicio tema/mandan corte	Foro	5.00	37.00	Nombre invitados
26	Ambos e invitados	Set 2	charla/ Presentan sondeo	Foro	4.30	41.30	---
27	---	Locación	Video sondeo	Video	2.00	43.30	---

28	Ambos e invitados	Set 2	Discusión tema/ mandan corte	Foro	3.00	46.30	---
29	---	---	COMERCIALES	---			---
30	Presentadora	Set 1	Mención patrocinador "D" / manda a set 2	Foro	1.00	47.30	Cintillo patrocinador "D"
31	Ambos e invitados	Set 2	Discusión tema / Mención lugares de ayuda y profesional invitado	Foro	5.30	53.00	Cintillo profesional/ Cintillo Centros de ayuda
32	Ambos e invitados	Set 2	Cierre tema y despedida	Foro	2.00	55.00	
33	---	---	CREDITOS	Video	1.00	56.00	----

Gráfico 5.6
Guión segmento

¿Y vos que onda?!
PROGRAMA: 01
SECCIÓN: Música

FECHA DE GRABACIÓN: 20/07
LOCACIÓN: Cuarto de Ensayo grupo KsaK.
EDICIÓN: Editor 1

CÁMARA	VIDEO	AUDIO Y TEXTOS	TIEMPO	T. TOTAL
	Entrada de la sección, con el logo ¿Y vos que onda?! y abajo el texto "con la música".	<u>CONTROL:</u> Track 1.	0.05	0.05
Plano Medio	Presentador presenta la sección afuera del lugar de ensayo del grupo.	Presentadora: Nos encontramos afuera del lugar donde cada fin de semana, un grupo de amigos se reúne a ensayar y darle forma a al sueño musical que comparten: el grupo Ksak. Acompañenme a conocer a sus integrantes y escuchar un poco de lo que tienen para ofrecernos!	0.15	0.20
Primer plano de cada integrante ejecutando. Se toman las cuerdas, manos y rostros. Se abre la toma hasta plano medio. Se juega con los planos y el zoom.	Se muestra al grupo ensayando.	Cada integrante ejecuta su instrumento	0.15	0.35

<p>Medio Plano de los integrantes del grupo y el presentador.</p> <p>Se juega con plano general y plano medio.</p>	<p>Se entrevista a los integrantes del grupo, preguntándoles:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como inicia el grupo - qué instrumento ejecutan dentro del grupo. - Hace cuanto existe el grupo. - El por qué del nombre. - Qué tipo de música es la que tocan. - Proyectos - Donde pueden contactarlos <p>(se intercalan tomas de cada uno tocando su instrumento)</p>	<p><u>CONTROL: Track 2 de fondo.</u></p> <p>Sonido directo de entrevista y una máster de fondo, del grupo interpretando un tema.</p>	<p>1.30</p>	<p>2.05</p>
<p>Se juega con los planos para mostrar a cada uno de los integrantes ejecutando su instrumento.</p>	<p>Se muestra al grupo tocando su canción.</p>	<p>Sonido directo.</p>	<p>0.40</p>	<p>2.45</p>
<p>Plano medio de integrantes del grupo</p>	<p>Integrantes del grupo despiden la nota.</p>	<p><u>CONTROL: Track 3 de fondo</u></p> <p>Presentador: Despide la nota junto al grupo.</p> <p>Cada integrante dice su nombre y todos juntos: estás viendo ¡ ¿Y vos qué onda?!</p>	<p>0.15</p>	<p>3.00</p>

¡¿Y vos que onda?!

TEXTOS PROGRAMA 01

1.

Presentador: Da la bienvenida al programa y habla sobre este.

Presentadora: se presenta y explica de qué se trata el programa.

Juntos: ¡¿Y vos qué onda?!

3.

Presentador: Anuncia las secciones Música y Deportes. Presenta a su compañera

Presentadora: Adelanta sobre los segmentos fiesta y exprésate.

4.

Presentadora: Habla sobre formar una banda. Presenta el segmento “¡¿Y vos qué onda con la Música?!”

6.

Presentador: Mención del patrocinador “A”. Muestra e interactúa con el producto, sin olvidar mencionar que existen los sabores: piña, melocotón, manzana y pera. Se puede comprar en todos los supermercados del país.

7.

Presentadora: Lee correos. Manda saludos a su familia gritando. (Haciendo alusión a exprésate) Presenta el segmento “Exprésate en ¡¿Y vos qué onda?!”

9.

Presentador: Saluda a la producción de Guatevisión y agradece la ayuda para el programa. Manda a corte.

11.

Presentadora: Mención patrocinador “B”. Menciona los beneficios de consumirlo, precio y puntos de venta. Dice que es bueno consumirlo si haces mucho deporte. Guiarse por el script de la mención enviado por el patrocinador.

12.

Presentador: entra jugando con una pelota de fútbol, mencionando que nunca aprendió a dominar el balón. Presenta segmento deportes.

14.

Ambos: Leen y comentan mensajes de Facebook. Recuerdan el FB oficial.

15.

Ambos: Promoción sencillo Juanes. Comentan y presentan el nuevo video de Juanes “yerbatero”.

17.

Presentadora: Recuerda la promoción y manda a corte.

19.

Presentador: Pide al televidente que se comunice con el programa (para aparecer en las secciones, contándonos sus talentos, proponiendo temas, etc), ya sea por el correo electrónico yvosqueonda@guatevision.com, o que busque “¿Y vos qué onda?!” en Facebook o Twitter.

Presentadora: Dice que a ella le encanta navegar en internet y que ya vio en el Facebook las fotos de la fiesta de Andrea. Presenta la sección “¿Y vos qué onda con la fiesta?!”. (Los 15 de Andrea)

21.

Presentador: Mención patrocinador “C”. Prueba el producto y dice que es delicioso. Que lo pueden comprar para sus fiestas, reuniones familiares o reuniones con sus amigos. Menciona el precio, puntos de venta y descuentos especiales. Manda a corte.

23.

Presentador: Agradece por seguir en sintonía. Habla sobre lo difícil que puede ser la adolescencia y cómo los jóvenes se complican tanto a ésta edad.

Presentadora: Invita a conocer un poco más sobre la adolescencia y presenta el video de introducción al tema.

25.

Presentadora: Da la bienvenida a los invitados: Psicóloga Mariana Trujillo y los jóvenes invitados: Carlos López y Jackeline Gutiérrez.

Presentador: da inicio a la discusión con el punto: ¿Qué es la adolescencia?

26.

Se desarrolla el tema, respetando los tiempos cronometrados y los comerciales. Se inicia hablando sobre los principales cambios físicos. Se presenta el video de un sondeo en la calle sobre “qué es lo más difícil de la adolescencia?”

28.

Se habla sobre los principales cambios psicológicos. Se manda a corte.

30.

Presentadora: Viene de corte. Mención patrocinador “D”. Resalta la comodidad del producto y el descuento de 15% al indicar en la tienda que vio el anuncio en el programa. Invita a visitar el local en Galerías Primma, Miraflores y Okland Mall. Manda al Set 2 para seguir desarrollando el tema.

Se va al set 2.

31.

Se habla sobre el subtema ¿Todo el mundo está en mi contra? y “Mis padres no me comprenden”. Se dan las principales características de la adolescencia y como enfrentarla en familia.

Se mencionan los datos y formas de contactar a la psicóloga.

32.

Ambos: Se dan las principales conclusiones y despedida del programa. Adelantan temas de la siguiente semana.

**La presente es una propuesta viable y funcional,
por lo cual ya cuenta con registro de
Derechos Reservados © 2011.
Se prohíbe su reproducción total o parcial.**

Conclusiones

Se logró cumplir con los objetivos establecidos para el presente trabajo de tesis. Se realizaron las encuestas a adolescentes y la entrevista a productores de televisión del canal. De lo anterior se obtuvo los siguientes resultados:

1. Actualmente no existe en la televisión nacional un programa de televisión dirigido al público adolescente, que además de entretenerlo, lo informe y eduque sobre temas acordes a su edad. Los adolescentes no se identifican con ningún programa emitido en televisión abierta, ni el canal Guatevisión.
2. Los adolescentes dedican gran parte de su tiempo libre a ver televisión. Sintonizan programas de corte infantil o juvenil, sobre todo de producción extranjera. Entre sus principales prioridades al elegir un programa de televisión se encuentran los musicales, los deportivos y los de entretenimiento. Además, quisieran que exista un espacio de expresión y opinión en la televisión guatemalteca.
3. Un 91% de los encuestados que cuentan con sistema de cable y el canal Guatevisión, sí están anuentes a ver una propuesta televisiva diseñada para el público de su edad y de acuerdo a sus gustos, necesidades e intereses.
4. A un 65% de los encuestados les gustaría ser invitados al programa a debatir sobre temas propios de la adolescencia, y un 55% quisiera mostrar sus talentos en televisión; lo cual da viabilidad al contenido del programa.
5. Los productores de televisión expresaron que actualmente hay nuevos proyectos televisivos dentro del canal Guatevisión, dirigidos al público adolescente, pero que éste grupo objetivo necesita nuevas propuestas. Dieron los lineamientos necesarios respecto a recursos, técnicas y proceso de una producción televisiva. Afirmaron que un programa con un contenido adecuado, una estrategia mercadológica bien estructurada y una producción de calidad, podría ser ingresado a la franja juvenil del canal.

Se elaboró la propuesta del programa “¿Y vos qué onda?!” , diseñado para poder satisfacer los gustos, necesidades e intereses de los adolescentes de Guatemala y todos los países a donde llega la señal de Guatevisión. Cuenta con distintos segmentos que incluyen música, deportes, entretenimiento; así como información, educación y expresión sobre distintos temas relacionados a la adolescencia.

Recomendaciones

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:

Incluir dentro del pensum de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación un curso dedicado específicamente a la producción televisiva, en el cuál se pueda usar de manera íntegra el salón de televisión con el que cuenta la Escuela. De igual forma, visitar los foros de los distintos canales y programas de televisión nacional o realizar prácticas en los mismos, para tener una idea clara de la realidad de los medios de comunicación del país.

Al canal Guatevisión:

Los adolescentes dedican gran parte del tiempo a ver televisión, pero no se sienten identificados con ningún programa de la programación actual del canal. Por lo que se sugiere incluir más programas dedicados al público adolescente en su programación.

Guatevisión es un canal que fomenta y enaltece los valores y la identidad nacional y cuenta con programas dedicados a cada miembro de la familia. Es por eso que el programa “¿Y vos qué onda?!” fue diseñado bajo ese lineamiento, para ser una opción de entretenimiento y educación viable para el canal.

Durante el proceso de elaboración del presente trabajo de tesis, se estrenó la Franja Juvenil de Guatevisión. Se sugiere mantener ese espacio y enriquecerlo con programas de distintas índoles dedicadas a los adolescentes y jóvenes.

A los estudiantes pendientes de tesis:

Realizar más propuestas de programas en televisión, para los canales de transmisión abierta o por cable de país. Actualmente son pocas las tesis dedicadas a la producción televisiva, siendo uno de los campos profesionales más importantes de la carrera.

Visitar los canales de televisión nacional y ayudar a manera de práctica en la producción de los programas, para tener una idea clara y presencial del trabajo que se realiza en los mismos. De esa forma, poner en práctica los fundamentos teóricos obtenidos en la Escuela de Ciencias de la Comunicación y conocer la manera en que trabajan los canales de televisión y sus producciones. También, realizar trabajos de tesis específicos sobre el presupuesto necesario o estudio mercadológico de un programa de televisión.

Referencias Bibliográficas

1. B.F. Erickson. 1989. Introducción general a la publicidad. Madrid, España: Editorial Playor. 165 p.
2. BÚCARO Pérez, Lilian Delfina. 2003. Acceso a los medios de comunicación de los escolares de nivel medio en el municipio de San Juan Sacatepéquez. Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 148 p.
3. CARDONA Montenegro, Héctor Alberto. 2009. Estudio del programa A Fondo transmitido por Guatevisión y la aceptación de la teleaudiencia. Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 47 p.
4. CERESO, Martín. 1994. Teorías sobre el medio televisivo y educación: el discurso de la televisión. Granada, España: Grupo Imago. 217 p.
5. CLAUDÍN Víctor; Anabirtate, Héctor. 1986. Diccionario General de la Comunicación. Barcelona, España: Mitre. 217 p.
6. DE LA MOTA, Ignacio H. 1988. Diccionario de la Comunicación. Madrid, España. Editorial Paraninfo. 2v.
7. DEPARTAMENTO de Psicología del colegio Liceo Javier. 2009. Manual de análisis de los muchachos. Guatemala: Liceo Javier.
8. DÍAZ, Wagner. 2004. Erosión Cultural y Globalización. Guatemala: 117 p.
9. DICCIONARIO Enciclopédico Ilustrado Océano Uno. 1990. 2a. Ed. Barcelona, España: Grupo Editorial Océano.
10. ENCICLOPEDIA Deusto. 1990. Enciclopedia empresarial de Publicidad. España. Ediciones Deusto, Planeta Agostini.
11. EURASQUIN, Alfonso; Matilla, Luis y Vásquez, Miguel. 1988. Los teleniños. México: Laia.

12. FERNÁNDEZ De León, Carlos Antonio. 2004. Convergencia de medios de comunicación, el caso de: El diario Prensa Libre, la página de internet prensalibre.com y el canal de televisión por cable Guatevisión. Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 86 p.
13. GARCÍA Álvarez, César Giovanni. 2003. La computación como herramienta en la producción televisiva. Guatemala. Guatemala. Tesis Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 78 p.
14. GESSELL, Arnold Lucius. 1976. El adolescente de 15 y 16 años. Barcelona, España: Paidós. 107 p.
15. GESSELL, Arnold Lucius. 1958. El adolescente de 10 a 16 años. Buenos Aries, Argentina: Paidós. 540 p.
16. GUATEVISIÓN. Canal Guatevisión. Obtenido el 07 de febrero de 2010. En www.guatevision.com
17. GUINTHER, Mercedes. 1970. La televisión y ciertas actitudes de adolescentes en una muestra seleccionada de sujetos de institutos oficiales de la ciudad capital de Guatemala. Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 213 p.
18. HERNÁNDEZ Véliz, Alba del Rosario. 1997. Producción de comerciales en televisión. Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 61 p.
19. LEDUC, Robert. 1991. Principios y prácticas de publicidad. 3a. Ed. España: Deusto. 398 p.
20. LOPEZ Pérez, Sandra Antonieta. 1999. La influencia de la televisión en la conducta del adolescente: estudio realizado en el Instituto Mixto de Educación Básica por Cooperativa Los trigales, de la ciudad de Quetzaltenango. Guatemala. Tesis de Profesora de enseñanza media en psicología. Universidad de San Carlos de Guatemala. 49 p.
21. MALETZKE, Gerhard. 1976. Sicología de la comunicación Social. Ecuador: CIESPAL.
22. MARTÍN Vivaldi, Gonzalo. 1987. Géneros Periodísticos: reportaje, crónica, artículo. 4a. Ed. Madrid, España: Paraninfo. 400 p.

23. MARTÍNEZ Guzmán, Haroldo Enrique. 2009. Propuesta de la telerevista semanal “La semana Tv”, para presentarse en los canales abiertos o canales de cable en Guatemala, cuya frecuencia será semanal “prime time”. Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 55 p.
24. MATTERLART, Michelle y Armand. 1991. Los Medios de Comunicación en tiempos de Crisis. 6a. Ed.. México: Editores Siglo XXI.
25. MCLUHAN, Marshall. 1996. Comprender los medios de Comunicación: Las extensiones del ser humano. Buenos Aires Argentina. Primera edición. Editorial Paidós.
26. MÉNDEZ Morales, Carlos Enrique. 2001. Proceso de producción del programa Nuestro Mundo Por la Mañana de canal siete. Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 135 p.
27. MENDIZÁBAL, Julio. 1968. Televisión informativa- Técnicas de producción. Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 126 p.
28. MÉRIDA González, Aracelly Krisanda. 2009. Guía para elaborar y presentar tesis. Guatemala: Editorial ARAKRIS. 118 p.
29. PALENCIA Prado, Tania. 2001. Los medios de comunicación social y el fortalecimiento de la democracia. Guatemala: PNUD.
30. PINEDA Álvarez, Mariana. 2000. Historia del cine y televisión en Guatemala. Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
31. ROQUE Duque, Laura Eugenia. 2007. “Puerta Abierta” Propuesta de producción televisiva para un programa cultural, transmitido por una empresa de cable (dirigido a preadolescentes). Guatemala. Tesis de Licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Ciencias de la Comunicación. 56 p.
32. TAMAYO y Tamayo, Mario. 1991. El proceso de la Investigación Científica. México: Limusa. 440 p.
33. TERCERA Promoción de Peritos en Mercadotecnia y Publicidad. 1993. Manual de Publicidad. Guatemala. Instituto Americano.

E-grafía

1. FULLTV. Canal de Televisión. Obtenido el 11 de febrero de 2010. En www.fulltv.com.ar/
2. GUATEVISIÓN. Canal Guatevisión. Obtenido el 07 de febrero de 2010. En www.guatevision.com
3. PRODUCTION TV. Producción de un programa de televisión. Obtenido el 09 de febrero de 2010. En <http://productiontv.pbworks.com/%C3%8Dndice-#Diseñodelproyecto>.
4. TRIPOD. Sistemas de difusión Televisiva. Obtenido el 10 de febrero de 2010. En <http://arieldx.tripod.com/manualdx/bandas/vhf.htm>.
5. WANADOO. Funciones de la Televisión. Obtenido el 11 de febrero de 2010. En http://perso.wanadoo.es/angel.saez/pagina_nueva_178.htm

ANEXOS



Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

La siguiente encuesta facilitará la recolección de datos para el trabajo de tesis titulado: "Propuesta de programa en televisión, dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión". Los datos obtenidos son para uso exclusivo del estudio. Agradecemos tu colaboración.

Instrucciones: Marca con una "X" la respuesta que elijas en las preguntas de opción múltiple y contesta brevemente las preguntas que se te pide.

Edad: _____ años **Género:** M. F. **Grado/Curso:** _____

1. ¿Cuántas horas de televisión ves al día?

1 _____ 2 _____ 3 _____ 4 _____ 5 _____ 6 o más _____

No veo televisión _____

2. ¿A qué hora sueles ver televisión?

Lunes a Viernes: Mañana _____ Tarde _____ Noche _____

Fin de semana: Mañana _____ Tarde _____ Noche _____

3. ¿Cuál es tu canal de televisión favorito?

4. Actualmente ¿Cuales son tus programas de televisión favoritos?

5. ¿Qué programas conoces que sean dirigidos a jóvenes de tu edad?

6. ¿En tu casa cuentan con servicio de televisión por cable?

Si _____

No _____

7. ¿Tu sistema de cable cuenta con el canal Guatevisión?

Si _____ No _____

8. ¿Ves algún programa del canal Guatevisión?

Si _____ ¿Cuál y por qué? _____

No _____ ¿Por qué?: _____

9. ¿Verías un programa de televisión dirigido a jóvenes de tu edad?

SI _____ NO _____ ¿Por qué? _____

**10. ¿Cuáles de los siguientes temas o secciones te gustaría que tuviera el programa?
Marca los 3 que más te gusten.**

Música _____ Deportes _____ Talento _____ Tecnología _____

Cultura _____ Educación _____ Reportajes _____ Videojuegos _____

Tu sugerencia: _____

**11. ¿Te gustaría que el programa grabara y transmitiera actividades de jóvenes como:
fiestas de cumpleaños, graduaciones, mañanas deportivas de colegios (institutos), etc.?**

SI _____ NO _____ ¿Por qué? _____

12. ¿Qué temas y problemas propios de la adolescencia te gustaría que se trataran en el programa?

13. Si en el programa se invitara a jóvenes para conversar y debatir sobre distintos temas propios de la vida y la adolescencia (deportes, música, estudios, arte, conflictos sociales, etc.) ¿Te gustaría participar como invitado?

SI _____ NO _____ ¿Por qué? _____

14. ¿Qué talentos o habilidades tienes?

¿Te gustaría mostrarlos en televisión?

SI _____ NO _____ ¿Por qué? _____

15. ¿Cómo te gustaría que se llamara el programa?

Cuál es tu onda _____ ¿Y vos qué onda? _____ Mi clase en la tele _____

Tu sugerencia: _____

16. ¿Qué actividades realizas en tu tiempo libre? (Tus pasatiempos)

17. Describe brevemente, si tú hicieras un programa de televisión dirigido a chicos de tu edad ¿de qué se trataría?, ¿Cómo sería tu programa ideal?

GUÍA DE ENTREVISTA

La siguientes preguntas facilitarán la recolección de datos para el trabajo de tesis titulado: “Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión”. Los datos obtenidos son para uso exclusivo del estudio. Agradecemos su colaboración.

1. ¿De qué manera se origina el programa y cómo llega usted a ser parte del mismo?
2. ¿Hace cuanto tiempo se dedica a hacer televisión?
3. ¿Cuántas personas conforman el equipo de producción del programa “De Fiesta”?
4. ¿Cuáles son sus funciones dentro de la producción del programa “De Fiesta”?
5. En sus palabras ¿Qué es un programa de televisión?
6. ¿Cuál es el proceso de producción de un programa en televisión?
7. ¿Cuáles son los recursos y herramientas mínimas para producir un programa en televisión?
8. ¿Cómo percibe la televisión nacional actual?
9. ¿Cree que en el canal existe algún programa de televisión dirigido específicamente al público adolescente?
10. ¿Por qué cree que actualmente son pocos los programas dirigidos a adolescentes?
11. ¿Cree que existe cabida para un programa dirigido a éste público en el canal?
12. Según su percepción ¿Cuál es la clave para el éxito de un programa de televisión?
13. ¿Cuánto dinero cuesta poner un programa de televisión al aire en Guatevisión?
14. ¿Existen estándares de calidad en el canal? , ¿Cuáles son?
15. Todos vemos el programa al aire, pero ¿Cuánto tiempo semanal se dedica a preparar el programa?
16. ¿De cuánto tiempo se dispone específicamente para la grabación de un programa de transmisión semanal, como “De Fiesta”?

17. En Guatevisión ¿Todos los programas que trabajan con el equipo técnico del canal (cámaras, micrófonos, edición, etc) o se pueden grabar independientemente? ¿De qué depende? ¿Varían los costos?
18. Cuando graban en locaciones fuera del estudio ¿Lo hacen con personal técnico y equipo del canal? (específicamente el programa De Fiesta)
19. Como profesional en la materia, ¿Cuáles serían sus recomendaciones para el trabajo de tesis titulado “Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión”?
- Escaleta
 - Iluminación
 - Cámaras