

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

**“Organización y funciones del departamento de *LOG EDITORS* en Fox
Guatemala”**

Luis Eduardo Pop Ramírez

Guatemala de la Asunción, octubre 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

“Organización y funciones del departamento de *LOG EDITORS* en Fox Guatemala”

Trabajo de tesis presentado por

Luis Eduardo Pop Ramírez

Previo a optar al título de
Licenciado en ciencias de la comunicación

Nombre del asesor
M.A. Walter Estuardo Pérez Rodríguez

Guatemala de la Asunción, octubre 2020

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

Director

Licenciando César Augusto Paiz Fernández

CONSEJO DIRECTIVO

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazo Cu

Herber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante Egresados

MSc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Salvatierra

Tribunal Examinador

M.A. Walter Estuardo Pérez Rodríguez

M.A. M.A. Josué Ottoniel Andrade de la Cruz

M.A. Bryan Josué Torres Alvarado

Licenciado
LUIS EDUARDO POP RAMÍREZ
Carné: 2340 32324 0101
Registro académico: 201318102
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado Licenciado

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES DEL DEPARTAMENTO DE LOG EDITORS EN FOX GUATEMALA", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario.

- a) Un (1) ejemplar impreso y un CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado para la Biblioteca Central.
- b) Dos (2) ejemplares impresos para la Biblioteca Flavio Herrera y dos (2) CD conteniendo el archivo digital del Trabajo de Grado

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

Atentamente,



Lic. César Augusto Paiz Fernández
Director ECC

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis

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

ACTO QUE DEDICO

A DIOS:

Por ser referente de fe, que con sus bendiciones y amor me permitió culminar otra meta en mi vida.

A MIS PADRES:

Lisbeth Catalina Ramírez y Luis Humberto Pop, por su esfuerzo, paciencia y por darnos mucho amor.

A MI HERMANO:

Camilo Sebastian Pop, que respeto y quiero mucho.

A MIS TIOS:

Por apoyarme en todos los logros que he tenido durante mi vida, en especial a Laura Ramírez, Luis Pineda, Marta Ramírez y Hugo Marroquin.

A MIS AMIGOS:

De la promoción 62, del Colegio Salesiano Don Bosco, que han sido parte fundamental en mi vida desde hace 19 años, principalmente a Diego Sales, Vinicio Muñoz, Miguel Gallardo, Melvin Torres, Andrés Franco, José Sagastume y Sergio de la Cruz.

A MI NOVIA:

Lucía Garrido, por ser siempre mi apoyo incondicional en todo el proceso, ya que sin ella todo esto no fuera posible y por amarme durante estos 4 años.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:

En especial a la Escuela de Ciencias de la Comunicación, porque a través de sus docentes logré enriquecer mis conocimientos.

Índice

Resumen	i
Introducción	vii
1. Marco conceptual	1
1.1 Título del tema.....	1
1.2 Antecedentes.....	1
1.3 Justificación	3
1.4 Planteamiento del problema	5
1.5 Alcances y límites.....	6
2. Marco teórico	7
2.1 La comunicación.....	7
2.1.1 Elementos de la comunicación	7
2.1.2 Medios de comunicación	8
2.1.2.1 Funciones de los medios de comunicación	9
2.1.2.2 Clasificación de los medios de comunicación.....	9
2.2 La televisión	10
2.2.1 Tipos de transmisión de la televisión	11
2.2.2 Audiencia de la televisión.....	11
2.2.3 Ranking de los canales de televisión más representativos del mundo	12
2.2.4 La programación de la televisión	12
2.2.4.1 Objetivos de la programación de la televisión.....	13
2.2.4.2 Proceso de programación de la televisión	13
2.2.4.3 Bloques de la programación en la televisión.....	14
2.3 <i>Log Editors</i>	15

2.3.1 Funciones principales de los <i>Log Editors</i>	16
2.3.2 Estrategias y técnicas de los <i>Log Editors</i>	17
2.3.3 Otros aspectos importantes sobre los <i>Log Editors</i>	18
2.4 Publicidad en la televisión.....	20
2.4.1 Pautas publicitarias	21
2.4.2 Otros soportes publicitarios propios de la televisión.....	22
2.5 Fox Network Guatemala.....	23
2.5.1 Características del entorno.....	23
2.5.1.1 Delimitación del espacio	23
2.5.1.2 Instalaciones y equipamiento.....	24
2.5.1.3 Cómo está organizado el departamento (Jerarquía)	25
3. Marco metodológico	26
3.1 Método.....	26
3.2 Tipo de investigación	26
3.3 Objetivos.....	27
3.3.1 General	27
3.3.2 Específicos.....	27
3.4 Técnica.....	27
3.5 Instrumento.....	28
3.6 Población	28
3.7 Muestra	28
3.8 Procedimiento metodológico.....	29
4. Presentación y análisis de resultados	30
4.1 Introducción.....	30

4.2 Principales funciones de un <i>Log Editor</i>	32
4.3 Metodología de trabajo para la programación en la televisión en Fox Guatemala	36
4.4 Competencias técnicas y profesionales de un <i>Log Editor</i>	40
4.5 Efectos a los que conlleva, el desempeño de los <i>Log Editors</i> , con relación a la programación de comerciales, spots y Dekos en Fox Guatemala	42
Conclusiones.....	49
Recomendaciones.....	51
Referencias	53
Anexos.....	57
Anexo 1 Guía de entrevista	57
Anexo 2 Guía de observación.....	58
Anexo 3 Entrevistas.....	59
Entrevista 1	59
Entrevista 2.....	63
Entrevista 3.....	67
Anexo 4 Ejemplo de dekos.....	71
Anexo 5 Glosario de Palabras	73
Anexo 6 Fichas Bibliográficas	74

Lista de tablas

Tabla 1 - Ranking de los canales de televisión más representativos del mundo	12
Tabla 2 - Datos de los Entrevistados	30
Tabla 3 - Canales de Fox Network Guatemala.....	32
Tabla 4 - Estrategias generales del departamento de <i>Log Editors</i>	35
Tabla 5 - Definición de los niveles en la nomenclatura de prioridades en los comerciales	43
Tabla 6 - Restricciones de medios en Fox Network Guatemala.....	45
Tabla 7 - Ejemplo de Inventario de Comerciales	46

Lista de cuadros e ilustraciones

Gráfica 1 – Proceso de la Comunicación	8
Gráfica 2 - Proceso de Programación de Televisión	14
Gráfica 3 – Aspectos importantes sobre los <i>Log Editors</i>	20
Gráfica 4 - Organización específica del Departamento de <i>Log Editors</i> en Fox Network Guatemala.....	25
Gráfica 5 - Segmentos de la programación en los que interviene un <i>Log Editor</i>	32
Gráfica 6 - Metodología de programación en la televisión en Fox Network Guatemala.....	36
Gráfica 7 - Forma de ingreso de la parrilla de programación en Fox Network Guatemala	38
Infografía 1 – Competencias técnicas y profesionales de un <i>Log Editor</i>	40
Gráfica 8 - Objetivos del departamento de <i>Log Editors</i>	42

Resumen

Autor:	Luis Eduardo Pop Ramírez
Título:	Organización y funciones del departamento de <i>Log Editors</i> en Fox Guatemala.
Universidad:	Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC)
Unidad Académica:	Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC)
Problema investigado:	¿Cómo es la organización y funciones del departamento de <i>Log Editors</i> en Fox Guatemala?
Instrumentos:	Fichas bibliográficas, libros, tesis, entrevistas a profundidad y guía de observación.
Procedimiento:	<p>Se investigaron libros y documentos sobre la comunicación, televisión, programación de la televisión, <i>Log Editors</i> y publicidad.</p> <p>Se elaboró un cuestionario de 10 preguntas para conocer a profundidad el tema de los <i>Log Editors</i> y poder establecer las cualidades y capacidades, funciones, retos, objetivos, metodología, roles y oportunidades de mejora de los mismos.</p> <p>También se elaboró una guía de observación mediante la cual se estableció la organización del departamento</p>

de *Log Editors* y el espacio, así como equipo que utilizan los mismos en las instalaciones de Fox Guatemala.

Resultados y conclusiones:

Se determinó que la organización del departamento de *Log Editors* de la empresa de televisión, Fox Guatemala está dirigida por el Vicepresidente de operaciones, seguido por el Director de operaciones y el Gerente de Tráfico. Este último es la persona que dirige el equipo de *Log Editors* a través del Jefe de Tráfico quién es la persona que valida la programación que realizan los nueve *Log Editors* del departamento.

Así mismo, se determinó que la función principal del departamento de *Log Editors* es la elaboración de una programación de 24 horas la cual está basada en programas de televisión; ingreso de pautas comerciales, es decir los tiempos que pagan los clientes por sus anuncios y promos internas que constituyen los anuncios propios de la televisora o canal.

Para unificar la programación, también es importante que los *Log Editors* cumplan con el ingreso de dekos, los cuales son acciones dentro de los canales que propician la interacción del televidente con el cable operador, por ejemplo: las barras inferiores que indican que programa sigue a continuación.

También se determinó que la metodología de Fox Guatemala se inicia con la capacitación de los *Log*

Editors en un periodo de dos semanas, posteriormente se le otorgan canales de dificultad sencilla a dificultad alta. Paralelamente se le proporciona a cada uno de los *Log Editors* un manual en el cual pueden apoyarse para el uso de los programas propios del canal así como la normativa interna para la realización de la programación de los canales. Esto asegura que los *Log Editors* trabajen de manera uniforme y consistente en base a los objetivos comerciales de la empresa. La retroalimentación también es un factor importante en la metodología ya que enriquece y perfecciona el trabajo de manera continua.

Se estableció que un *Log Editor* debe tener conocimientos en análisis cuantitativos por las estimaciones de tiempos y prospección de resultados y dimensión cualitativa por aspectos culturales dada la naturaleza de los canales que maneja Fox International Channels. En cuanto a las competencias técnicas, solamente se requiere que posean conocimientos en el uso de equipo de computación, planta telefónica, manejo de paquetes de office y manejo de internet en general. En las capacidades profesionales; los *Log Editors* deben ser personas con experiencia en comunicación, especialmente comunicación digital, que sepa comunicarse de forma eficiente con herramientas y entornos digitales. También se requiere que posea liderazgo y que sepa trabajar en equipo y sobre todo que tenga la capacidad de análisis para poder tomar decisiones asertivas en la realización

de las parrillas de programación. Aunque no es necesaria una carrera profesional como tal, es importante que sea una persona con conocimientos en medios, plataformas digitales y publicidad para el desarrollo eficaz de las actividades del departamento.

Se estableció que los efectos a los que conlleva, el desempeño de los *Log Editors*, con relación a la programación de comerciales, spots y dekors; es que, por un lado se propicia el ingreso del revenue por medio del cumplimiento de estrategias comerciales y por otro lado impacta en el rating de Fox Guatemala debido a que si se cometen errores en el ingreso de comerciales o en las prioridades de las marcas, genera experiencia negativa principalmente en las marcas y sobretodo en la teleaudiencia. O caso contrario, si se realiza un trabajo sin errores, se genera experiencia positiva para las marcas y teleaudiencia.

Derivado de las conclusiones anteriores se recomienda:

Se recomienda que para la optimización de tiempos y estrategias comerciales, la organización del departamento de *Log Editors* de la empresa de televisión, Fox Guatemala se realice por medio de áreas especializados en cada uno de los ingresos. Es decir un área especializada de Log Editors para pautas comerciales y promos, una área especializada para

programas televisivos y una área especializada para ingreso de dekos.

También se recomienda que para enriquecer la metodología interna de la empresa de televisión, Fox Guatemala se capaciten a los *Log Editors* en temas de vanguardia no solamente aplicados a la televisión sino en temas de comunicación en general como comunicación digital, comunicación tradicional y comunicación en medios, de manera que enriquezcan las actividades diarias y se realice un trabajo que cumpla con los objetivos de la comunicación en general.

Así mismo se recomienda a la empresa de televisión, Fox Guatemala establecer un perfil profesional, basado en la educación superior. preferiblemente con estudios en Comunicación. De esta manera se puede optimizar el tiempo de capacitación de un *Log Editor* nuevo ya que garantizamos que la persona posee los conocimientos básicos en tema de medios, comunicación y publicidad.

De la misma manera, se recomienda realizar una auditoria diaria sobre las parrillas de programación para garantizar la calidad de la programación de los *Log Editors* para evitar la mala ejecución en la programación que generaría un impacto negativo importante dentro de la empresa no solamente en

términos monetarios sino también impacta el rating o índice de audiencia.

A los comunicadores sociales y personas que se dediquen al estudio de la comunicación, se recomienda continuar con la línea de investigación relacionadas a los Log Editors, estructuras de programación de parrillas televisivas y legislación en materia de programas televisivos con el fin de enriquecer los temas mencionados y aplicarlos a televisoras nacionales e internacionales establecidas en Guatemala.

Introducción

Se sabe que la imagen de la televisión es una imagen electrónica, pero ¿cómo se une la imagen captada a otras imágenes?, ¿cómo llega hasta la casa de los televidentes?, ¿cómo se transmite en el televisor los programas favoritos de la teleaudiencia?

Las personas están tan acostumbradas a ver programas de televisión, que rara vez se preguntan cómo se hacen o cuánta gente hay detrás de las cámaras haciéndoles disfrutar o aburrirse con un programa de televisión. Lo único que se conoce de los programas es a sus presentadores, el rostro visible del equipo.

En los últimos tiempos es habitual que la televisión deje ver a gente que corre afanosa de un lado para otro o que gobiernan las cámaras, las grúas, las luces, personas que constituyen los equipos humanos de una televisión, pero ¿quiénes son todas las personas que se encuentran en el “detrás de cámaras” de los programas de televisión y spots?

Productores, guionistas, realizadores, directores artísticos, editores, programadores, directores, jefes y ayudantes, un inmenso equipo pendiente de todos y cada uno de los detalles de la forma y del contenido de los programas. ¿Quiénes son estas personas, a qué se dedican estos profesionales, cuál es su aportación en el resultado final? ¿Qué etapas, desde la preproducción y el guion, hasta la postproducción y emisión, debe recorrer un programa para llegar a su público objetivo, para informar, aterrar, conmover, divertir?

El presente trabajo tiene el propósito de responder a las interrogantes anteriormente planteadas y presentar ampliamente las funciones y organización de los *Log Editors* en conjunto con la realización del esquema televisivo, así como la importancia de distintas capacidades y dekos que contribuyen a comprender mucho mejor el lenguaje televisivo y las formas de desarrollar programas y spots que puedan ser transmitidos a la teleaudiencia.

Capítulo I

Marco conceptual

1.1 Título del tema

“Organización y funciones del departamento de *Log Editors* en Fox Guatemala”

1.2 Antecedentes

Actualmente los *Log Editors* son las personas encargadas de programar los diferentes comerciales, shows, anuncios informativos, entre otros, en los medios de comunicación.

(Morales, 2001) publicó la tesis en la Universidad de San Carlos de Guatemala titulada “Proceso de producción del programa Nuestro Mundo por la mañana de canal 7”. El objetivo principal fue determinar las técnicas y los medios correctos al momento de producir para televisión nacional y cuales han sido los avances a lo largo de los años. En esta tesis también se describe el desarrollo de una emisión de televisión y a quienes participan como recurso humano en el trabajo final que sale al aire en la pantalla de un televisor.

(Cardona, 2009) realizó la tesis sobre el “Estudio del programa a fondo transmitido por Guatevisión y la aceptación de la teleaudiencia”, el fin del tema era abordar todas sus características y la percepción que tiene la audiencia sobre el programa, además en la tesis se habla con relación a la producción televisiva y las ventajas y desventajas del programa. Así mismo, describe como se realiza el programa, cuál es su estructura, que reportajes importantes se han presentado y que opina el público de los mismos.

De igual forma (Martínez, 2009), estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala realizó su tesis sobre la propuesta de la tele revista semanal “La semana de TV” el cual se presentaba en canales de cable con segmentos para toda la familia como educación, entretenimiento y salud, con

el fin de captar la atención del televidente. En esta tesis se menciona la forma de estructurar el contenido de un programa de televisión de acuerdo al grupo objetivo de cada segmento.

Finalmente, (Carrera, 2014), de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, abordó el tema de la propuesta de “Programa de televisión como medio para difundir valores en los guatemaltecos el propósito era la programación, enriquecimiento y producción de canales televisivos nacionales y así estar a la altura de una programación extranjera”, la cual describe la producción de los canales televisivos en Guatemala con relación a la producción de los canales televisivos extranjeros.

Los estudios mencionados anteriormente abordan temas relacionados a la televisión, sin embargo, no mencionan el tema sobre los *Log Editors*. Adicionalmente, no se identificó ninguna investigación puntual relacionada al tema “Organización y funciones del departamento de *Log Editors* en los comerciales en Fox Guatemala”.

Cabe aclarar que los antecedentes antes citados son indirectos en el sentido que abordan las variables o categorías que son de interés para la tesis “Organización y funciones del departamento de *Log Editors* en los comerciales en Fox Guatemala”, sin embargo, el trato en la información y los intereses u objetivos con los que fueron utilizados son distintos. Es decir, que los antecedentes citados funcionan como un punto de partida de investigación exploratoria y documental así como para realizar un contexto con relación a la situación de la investigación de variables como “Programación en televisión, teleaudiencia, televisión, cadenas televisivas”, en Guatemala. Ninguna de las tesis anteriores aborda la categoría de *Log editors*.

1.3 Justificación

El ser humano a lo largo de su devenir y de su historia ha tenido diversas formas de comunicación y diversos medios.

De acuerdo con el objetivo u objetivos en un proceso de comunicación, existen varios medios para transmitir el mensaje. Por ejemplo, la televisión, la prensa, la radio, redes sociales, entre otros.

Desde la década de los 60 uno de los medios tradicionales más importantes a través del tiempo es la televisión, ya que es un medio que tiene gran alcance y versatilidad en su contenido. Sin embargo, detrás de este medio de comunicación existe la programación, los comerciales y las personas que se encargan de velar porque todos los comerciales y programas se transmitan de manera correcta y en las horas pautadas. Estas personas y el rol que desempeñan se les denominan *Log Editors* que en español se pueden traducir como: Editores de contenido.

Los *Log Editors* son pieza fundamental en la post producción de la televisión ya que sus funciones son indispensables para transmitir un mensaje de forma exitosa, ellos tienen a su cargo velar por el cumplimiento de tiempo, horarios y estructura de los mensajes televisivos.

Se infiere que el éxito de cualquier canal televisivo se basa en la forma en la que se organizan y programan los spots, comerciales, programas, entre otros y la manera en que los dekos o acciones dinámicas en pantalla se desarrollan. Por lo anterior se justifica la importancia de conocer las principales funciones y organización del *Log Editors*.

Es importante que se investigue y describa las funciones que desempeñan las personas sobre la programación televisiva, las características y cualidades que deben de tener para garantizar el éxito de un esquema televisivo, sus formas de organización dentro de la empresa y cómo influyen en el cumplimiento de sus objetivos, toda vez que, al ser documentado se genera la posibilidad que sirvan como un insumo de consulta académica y científica para el gremio de comunicadores o bien que sirva como un punto de partida para nuevas líneas de investigación en el área.

Además, con la investigación “Organización y funciones del departamento de Log Editors en Fox Guatemala” se contribuye a que desde un punto de vista técnico de la publicidad y de la comunicación se obtenga una descripción detallada de la organización y funciones de un departamento en la que se desempeñan programadores de contenido para Fox Guatemala, en este sentido se identifica y describe un perfil, que tiene utilidad para un ámbito laboral de los comunicadores y publicistas o áreas áreas afines al mismo tiempo que proporciona el lenguaje técnico, herramientas, mecanismos y demás que se utilizan en el departamento denominando en Fox Guatemala como *Log editors*

Otro punto elemental de realizar esta investigación es la falta de algún tema o título en Guatemala que aborde el tema de los *Logs Editors* o que se relacionen en esa misma línea. Por otro lado, se exploró en el tesario de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, al igual que otras bibliotecas del país y no se registró ningún título con el tema que se pretende abordar. La investigación “Organización y funciones del departamento de Log Editors en Fox Guatemala” es inédita u original en el área y por ende se constituye en un documento base para generar o iniciar otras líneas de investigación.

1.4 Planteamiento del problema

La televisión durante el paso del tiempo ha tenido un rol importante para la transmisión de un mensaje. De acuerdo con las consideraciones generales de Ramírez en el documento “La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad: El caso de la radio y televisión de Andalucía, España”:

En las últimas décadas la televisión se ha transformado en un instrumento poderoso que se ha instalado en la vida de las sociedades en general y, con gran fuerza, en la vida de las personas. Ese poder de la televisión radica en muchos factores, pero sobre todo en el hecho de que permite que los telespectadores puedan aprovecharla a distintos niveles, independientemente de sus recursos, formación, expectativas y necesidades. (Ramírez, 2007, p. 82-83).

Años atrás, no se contaba con una estructura para poder programar un canal y los tiempos exactos en televisión. Sin embargo, la comunicación evoluciona constantemente y la tecnología sigue teniendo una influencia en la misma. Debido a esto, nace la necesidad de desarrollar nuevas acciones para garantizar que el tiempo o pauta televisiva se aproveche al máximo. Es por ello por lo que se han implementado roles y acciones especializadas en el tema para cubrir los objetivos y demandas específicas de cada canal televisivo.

Además, a la fecha no se cuenta con referentes bibliográficos y documentales que funciones como repositorios de información y educación con relación al tema de *Log editors*; es decir, las posibilidades de informarse de primera mano y técnicamente con relación a las funciones y organización de un departamento de *Log Editors* y en un canal televisivo específico como Fox Guatemala no existe, toda vez, que previo a la investigación en desarrollo, no existen antecedentes específicos.

Por lo anterior, el interés de la tesis es responder a la pregunta: ¿Cómo es la organización y funciones del departamento de *Log Editors* en Fox Guatemala?

1.5 Alcances y límites

a. Objeto de estudio

El interés de la investigación es la descripción de la organización y funciones del departamento de *Log Editors* en Fox Guatemala. En este sentido, se aclara que la investigación tiene un alcance descriptivo y es una investigación específica en Fox Guatemala, por lo que no es posible generalizar resultados de manera absoluta, para otras cadenas de televisión o canales en Guatemala. La tesis, tiene como alcance describir la organización y funciones del departamento de *Log Editors* en Fox Guatemala.

b. Ambito geográfico

La investigación se realiza en las instalaciones de Fox Guatemala ubicado en Avenida Las Américas 16-76 zona 13, Guatemala, Guatemala.

c. Ambito temporal

La investigación es transversal, es decir, que se realiza en un lapso de 6 meses (marzo a septiembre de 2020), periodo en el cual se realiza la investigación documental y de campo o se aplican los instrumentos de recolección de información.

d. Límites

Por ser una investigación con enfoque cualitativo, los datos que se obtuvieron no se recomienda que sean generalizados o aplicados para otras cadenas o canales de televisión. El estudio es específico desde la realidad de la organización y funciones que cumple el departamento de *Log Editors* para Fox Guatemala.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 La comunicación

De forma general, Según (Flores de Gortari, 1998, p. 24) la comunicación fue definida por el filósofo griego Aristóteles en su libro “Retórica”, señala que la comunicación es un proceso que busca la persuasión por cualquier medio posible”. De esto se desprende que la comunicación no sólo es el acto de transmitir información, sino que ésta debe llegar al receptor y cumplir el objetivo o propósito para el que fue diseñada. Es decir, debe lograr persuadir al individuo que recibe el mensaje y por lo tanto llevarlo a la acción o ideas previamente deseada por el emisor.

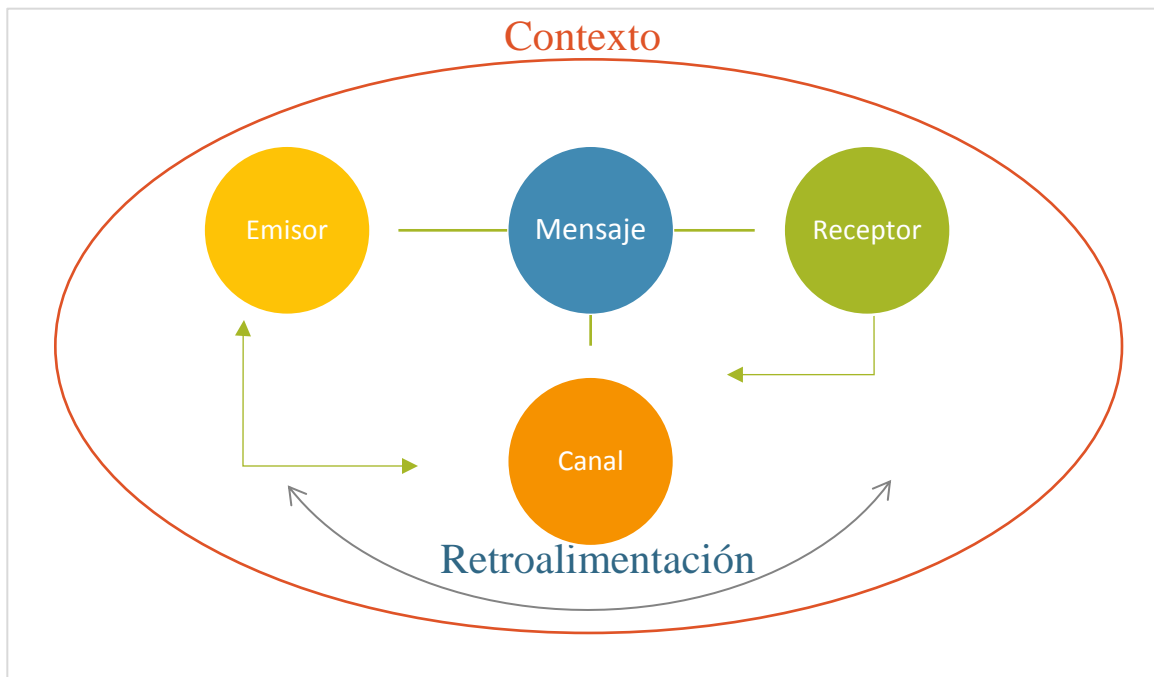
Es decir, la comunicación es el proceso por el cual el ser humano modifica o adquiere conocimientos, sentimientos, pensamientos, creencias, entre otros, por medio del intercambio de un mensaje. Si no se cumple con el proceso de la comunicación, solamente se trata de un intercambio de información.

2.1.1 Elementos de la comunicación

Según (Berlo, 1984, p. 19), “en la comunicación intervienen una serie de elementos o factores claves para la comprensión del proceso, estos elementos son el emisor, el mensaje, los canales, el contexto, el receptor y la retroalimentación”.

- **Emisor:** persona, grupo o elemento que transmite la información.
- **Receptor:** persona, grupo o elemento que recibe la información.
- **Mensaje:** la información que el emisor transmite.
- **Canal:** elemento tangible o intangible por donde el emisor transmite el mensaje y que el receptor capta por medio de los sentidos.
- **Contexto:** son todas aquellas circunstancias socioculturales, temporales y espaciales que rodean el proceso de comunicación y que permiten la comprensión del mensaje.
- **Retroalimentación:** es el proceso en el que se le da repuesta al mensaje recibido por el receptor.

Gráfica 1
Proceso de la comunicación



Fuente: Elaboración Propia con información de (Interiano, 1987, p. 2)

Todos estos elementos pueden ser modificados por barreras u obstáculos los cuales generan interferencia en el proceso de comunicación. Entre estas barreras u obstáculos podemos mencionar: El ruido, mala comprensión del mensaje, distorsión del mensaje, entre otros.

2.1.2 Medios de comunicación

Los medios de comunicación son los canales por medio de los cuáles un mensaje tiene la posibilidad de ser transmitido a otra persona individual o a un grupo de personas.

Raffino define en el documento denominado “Medios de comunicación” a los medios de comunicación como:

Un medio de comunicación es el elemento o el modo utilizado para poder llevar a cabo cualquier tipo de comunicación. Este término refiere normalmente a aquellos medios que son de carácter masivo, es decir, aquellos cuya comunicación se extiende a las masas (Raffino, 2020).

No obstante, también se pueden considerar medios de comunicación aquellos grupos de pocas personas que son de carácter interpersonal.

2.1.2.1 Funciones de los medios de comunicación

En un inicio, los medios de comunicación eran utilizados exclusivamente como una herramienta para informar.

Con el paso del tiempo, tanto el desarrollo de las sociedades y los avances tecnológicos han permitido que las funciones de los medios de comunicación sean diversas.

Según (Flores, 2016), los medios de comunicación cumplen con las siguientes funciones principales:

- **Función informativa:** es una de las funciones más importantes de los medios de comunicación, ya que consiste en transmitir alguna novedad o hecho noticioso.
- **Función recreativa:** su propósito es entretener o divertir a los lectores, radioyentes o telespectadores.
- **Función expresiva:** se relaciona con la función emotiva dado que en esta función se denotan los sentimientos de las personas. Es por ello que se considera una función propia de los géneros periodísticos de opinión.
- **Función sugestiva:** persuade a los lectores, radioyentes o telespectadores y su objetivo principal es crear opinión.
- **Función de marketing:** en la actualidad los medios de comunicación son utilizados como medio de publicidad y pretende persuadir a una audiencia en la demanda de un producto o un servicio.

2.1.2.2 Clasificación de los medios de comunicación

Con relación a la clasificación de los medios de comunicación masiva (Domínguez, 2012, p.65) en el documento “Medios de comunicación masiva” los clasifica de la siguiente manera:

- **Medios primarios:** son aquellos que están ligados a una persona y no necesitan de ninguna tecnología para su comunicación. Por ejemplo, un orador.
- **Medios secundarios:** estos requieren del uso de técnicas o tecnologías únicamente por parte del emisor para la transmisión del mensaje. Por ejemplo, el periódico.
- **Medios terciarios:** estos están estrechamente relacionados con el uso de herramientas tecnológicas tanto del emisor como del receptor, es decir, para poder recibir el mensaje enviado necesitamos de un decodificador para descifrar el mensaje. Por ejemplo, la televisión.
- **Medios Cuaternarios:** permiten que el emisor y receptor se comuniquen de manera simultánea, por lo tanto acortan distancias entre individuos y utilizan la tecnología para facilitar la comunicación. Por ejemplo, el internet.

2.2 La televisión

Generalmente la televisión es percibida como una fuente de entretenimiento y recreación. Sin embargo, desde sus inicios la televisión ha sido una fuente confiable para la transmisión de información.

La televisión forma parte de un género que ha ido evolucionando en su manufactura, contenido y transmisión.

De acuerdo con la definición de Domínguez en el documento “Medios de comunicación masiva”:

La televisión es un sistema electrónico de transmisión de imágenes y sonido por cable, o por ondas que viajan en el espacio, técnicamente eso es toda la definición que abarca la palabra televisión; sin embargo, la televisión es mucho más que eso, actualmente es el principal medio de comunicación masiva, todos los hogares, negocios y oficinas tienen al menos un aparato de televisión. (Domínguez, 2012, p.62)

Así mismo según (Sandoval, 1990) en el documento “Que son los medios de comunicación” define: “a nivel formal, la televisión plantea el uso de una gran variedad de formatos a la hora de transmitir la información. Entre ellos sobresalen noticieros, telenovelas, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, pedagógicos y científicos, entre otros”.

2.2.1 Tipos de transmisión de la televisión

La televisión en general es de acceso limitado en su mayoría, dado que es un servicio que generalmente se obtiene mediante la paga.

De acuerdo a (Domínguez, 2012, p.65) en el documento en el documento “Medios de comunicación masiva” clasifica la televisión de acuerdo a su transmisión de la siguiente manera:

- **Televisión por cable:** se maneja por medio de una suscripción y un aparato receptor adicional al televisor. Como su nombre lo indica, este tipo de televisión envía su señal a través de una red de cableado. La televisión por cable ofrece una mayor calidad de recepción de la señal, no sólo de los canales abiertos, sino que además ofrece la posibilidad de canales adicionales con programación y contenido de calidad, además de canales especializados.
- **Televisión satelital:** a diferencia de la televisión por cable, la televisión satelital no utiliza cables, sino que envía la señal a través de ondas en el espacio, por ello su infraestructura es un poco más compleja, pues para recibir la señal, la compañía de televisión debe instalar en los hogares una antena receptora y un aparato decodificador, además del televisor propio del cliente. La televisión satelital ofrece una mayor calidad de imagen mayor variedad de canales y programación, además de canales especializados. La principal desventaja de la televisión satelital es su alto costo, lo cual imposibilita a muchos consumidores la contratación de este servicio.

2.2.2 Audiencia de la televisión

Según afirmaciones de Domínguez en el documento en el documento “Medios de comunicación masiva”:

La televisión depende de la publicidad para su subsistencia, pues al ser gratuita requiere de la audiencia, para contar con tiempos de publicidad. Los costos del tiempo en televisión dependen del horario en que se desee contratar; por ejemplo, el tiempo al aire a medio día tiene menor costo que el tiempo en las noches. (Domínguez, 2012, p.69)

La televisión pagada cuenta con retos en cuanto a la audiencia. Generalmente se perciben ingresos por la contratación, sin embargo el número de personas que contratan televisión por paga son menos que los televidentes que cuentan con este servicio de forma gratuita. Por lo tanto, las cadenas televisivas tienen que equilibrar los ingresos mediante la publicidad vendida en sus canales y la renta cobrada por el servicio que proporcionan mediante publicidad propia de las televisoras en donde dan a conocer sus servicios en otros medios, ofrecen promociones y una buena programación, o transmisiones exclusivas.

2.2.3 Ranking de los canales de televisión más representativos del mundo

Según el sitio www.top10de.com el cual se dedica a identificar los canales de televisión más representativos del mundo, indica:

Tabla 1
Ranking de los canales de televisión más representativos del mundo

1	BBC News
2	ESPN
3	HBO
4	CW Televisión Network
5	Chanel V
6	Star World
7	BBC Food
8	AXN
9	Disney Chanel
10	Cartoon Network

Fuente: <https://www.top10de.com/los-10-canales-de-television-mas-populares-en-el-mundo/> Recuperado el 16 de Agosto de 2020

2.2.4 La programación de la televisión

A pesar de la importancia en los cambios tecnológicos, la televisión continúa funcionando bajo los lineamientos del sistema tradicional.

A partir del conocimiento de la televisión en su entorno tradicional, existen varios cambios que se deben enfrentar, donde los contenidos se mueven desprovistos de su contexto y por ello se deben reconsiderar los parámetros tradicionales de programación de un canal.

Según (Contreras, 2001) en el documento “Rediseño de Procesos BPM” define: “el modelo de negocio de un canal de TV se basa en la venta a compañías, de espacio en la programación diaria para la exhibición de sus productos en pantalla”. De la misma manera Alfaro indica:

La formulación de la programación de programas emitidos se convierte en el objetivo que determina los resultados económicos de una cadena, lo que conlleva a que los procesos que establecen la composición de esta sean esenciales dentro del negocio de la televisión. Los ingresos del canal por este concepto se basan no sólo en la sumatoria de tiempo de exhibición de los avisos publicitarios, sino también en los puntos de audiencia (*Gross Rating Points o GRP*) que logran los programas (Alfaro, p. 4).

2.2.4.1 Objetivos de la programación de la televisión

Entre los objetivos a cumplir por los procesos de programación se puede mencionar:

- Precisión en los tiempos y de las estrategias tomadas por los directores ejecutivos.
- Determinación del impacto de las acciones correctivas realizadas, durante la programación de la parrilla de programación, en los GRP que se desea influenciar.
- Ejecución de estrategias con la finalidad de satisfacer a cabalidad los requerimientos expresados por el Departamento de Ventas.
- Evaluación del *rating* en los programas en un período determinado.
- Tasa de éxito y fracaso de los programas y comerciales.

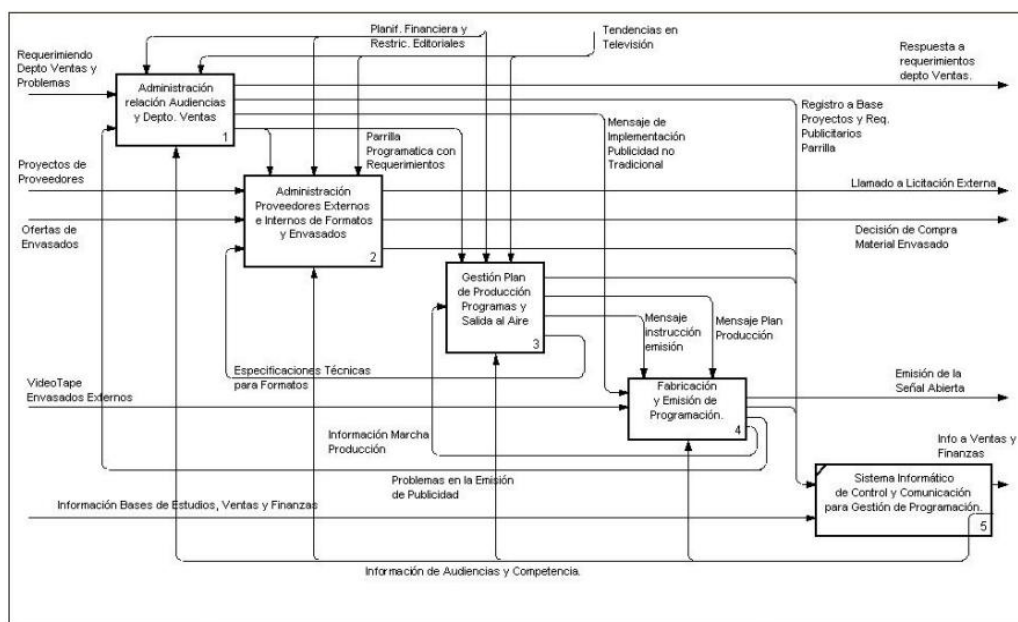
2.2.4.2 Proceso de programación de la televisión

Según, (Alfaro, p. 5) “en el proceso de programación de TV lo que se desea producir es rating con una composición deseada, que dependiendo a quién está dirigido el producto se analiza la composición de rating para que este producto tenga un mayor impacto”.

Cada cadena de televisión cuenta con entradas que son utilizadas como herramientas que ayudan a lograr los objetivos deseados o bien que sean variantes que se deben cumplir.

La idea general de la programación es satisfacer la demanda de audiencia con una estructura definida, con la correcta programación en horario y contenido. Esta programación, a su vez, se llevara a cabo por medio de programas de producción propios ya establecidos.

Gráfica 2
Proceso de Programación de Televisión



Fuente: *Proceso de Programación de Televisión* (Alfaro, p. 6)

2.2.4.3 Bloques de la programación en la televisión

Según (Arnanz, 2002, p. 39), “las cadenas de televisión más grandes de la actualidad, dividen su programación en dos grandes bloques. Por un lado, se encuentran los llamados canales básicos y por otro los llamados *Premium*”.

Por su parte, (Contreras, 2001), indica que “los canales básicos se fundamentan en satisfacer una demanda complementaria de la oferta de las televisiones generalistas; por ejemplo, las televisiones autonómicas en territorios alejados de su cobertura natural”.

Existen tres modelos de canales básicos:

- Aquellos dirigidos a grupos sociodemográficos concretos como los canales infantiles (Fox Kids) o jóvenes (MTV).
- Los centrados en los intereses de minorías étnicas como los árabes
- Los que satisfacen nichos de ocio concreto como las cadenas de documentales, de viajes, entre otras.

Los canales *Premium* indican con el pretendido valor añadido que tienen frente a los básicos. Estos canales se dividen en emisoras *Premium* propiamente dichas, como aquellas ofertas centradas en la emisión de largometrajes y los video servicios por paga.

2.3 *Log Editors*

Según la Ordenanza Laboral de trabajo para radiotelevisión española:

Los *Log Editors* son los profesionales responsables individual o corporativamente, de la estructura de la programación, de la búsqueda y selección de ideas, de la creación de contenidos, del control del proceso de elaboración de los mismos y de su expresión televisual, así como de la confección de los esquemas de programas, de la dirección de la emisión y del análisis y evaluación de los resultados (1977).

Los *Log Editors* se emplean durante la post producción de un canal televisivo. La responsabilidad principal de un *Log Editor* según (Villalba, 2015, p. 155) “se ve afectada por factores al margen de la audiencia como, por ejemplo, las presiones que la industria publicitaria ejerce para que se produzca algún tipo de modificación del contenido o la duración de los programas”.

La estructura del trabajo de programación sigue tiene una estructura similar en todos los países. El diferenciador de los canales de televisión, está determinado por la capacidad de producción que posea. Sin embargo, es importante mencionar que ser un *Log Editor* obliga a establecer las políticas de producción de búsqueda y selección de ideas, de la creación de contenidos, fijar la programación de la parrilla o esquemas de programas, verificar el perfecto desarrollo horario de la emisión con especial atención a los cambios imprevistos.

Dentro del trabajo de los *Log Editors* se puede mencionar los tres roles principales:

- **Planificación:** se encarga de fijar la visión general del canal y las necesidades de producción y compra.
- **Marketing:** define el punto de vista de los anunciantes.
- **Post Producción:** el objetivo es desarrollar el esquema de programas del canal y estudiar los resultados de audiencia conseguidos.

También los *Log Editors* cumplen con responsabilidades que forman parte de su rutina de trabajo y que definen sus actividades para el logro exitoso de su programación, estas se dividen en cuatro etapas:

- **Estructura de la edición:** se refiere a la forma de organización de la parrilla de contenidos de forma clara y lógica.
- **Edición de contenido:** en esta etapa se agregan los programas televisivos y se estructuran las pautas publicitarias y dekos.
- **Estilo de la edición:** se deberá garantizar que cada elemento de la parrilla de programación y su contenido cumpla con los requisitos y normas establecidas para su publicación.
- **Corrección y revisión:** consiste en verificar de forma minuciosa el contenido de la parrilla de programación de manera en que se puedan identificar cualquier error que se haya pasado por alto antes de realizar la publicación.

2.3.1 Funciones principales de los *Log Editors*

Los *Log Editors* constituyen el último eslabón sobre la producción televisiva. Sus funciones generales consisten en programar todos los programas televisivos y pautas publicitarias. Sin embargo de forma más detallada podemos mencionar las siguientes funciones:

- Verificar la programación diaria para detectar cualquier error dentro de la parrilla de programación y en caso de algún evento inesperado modificar dicha programación.

- Los *Log Editors* están a cargo de que toda la parrilla de programación sea transmitida en tiempo y forma.
- Coordina las entradas y salidas de los programas así como las pautas publicitarias que se hayan ingresado en la parrilla de programación.

2.3.2 Estrategias y técnicas de los *Log Editors*

El éxito de un programa se basa en la programación de la parrilla de programas del canal y con lo que en ese momento oferte la competencia en cuestión de “calidad”.

Para poder elaborar estrategias y técnicas de programación, el *Log Editor* debe definir el posicionamiento de su canal y de la competencia. Existen diferentes posicionamientos establecidos previamente, dentro de los cuales se puede mencionar:

- Establecer competencia directa con la oferta de otro canal.
- Buscar la relación a los perfiles de la audiencia.
- Examinar las posibilidades de fijar alternativas a lo que se programa.

Según (Sánchez Taberner, 1997, p. 293) en su libro “estrategias de marketing de las empresas de televisión”, establece que las técnicas más utilizadas por los *Log Editor* para programar un esquema de programas de un canal son:

- **Punta de lanza:** consiste iniciar la programación de un bloque horario con un programa de éxito.
- **Hamaca:** se coloca un programa novedoso entre dos que están avalados por su impacto de audiencia.
- **El puenteo:** se inicia con un programa que va a competir con otros algún tiempo antes de que lo hace la competencia.
- **El dúplex:** es la emisión sucesiva de dos episodios tal como se hace con muchas series de ficción española o extranjera.

2.3.3 Otros aspectos importantes sobre los *Log Editors*

Al igual que la televisión ha cambiado a través del tiempo, la programación y roles de los *Log Editors* también han sufrido cambios.

De acuerdo a lo comentado por Castillo, *Log Editor* de Fox Network Guatemala:

Los *Log Editors* eran los encargados de ingresar promociones, comerciales, promos, básicamente de realizar todo el log y armar la programación, luego se fue haciendo la transición llegando al punto donde está el departamento de promociones, de cortes y nosotros que somos el departamento de tráfico que somos los encargados del ingreso de la pauta comercial (A. Castillo, comunicación personal, 28 de marzo de 2020).

Es decir, al inicio una sola persona cumplía con las funciones que hoy en día realizan tres departamentos diferentes por lo tanto se han ido optimizando y especializado cada uno de los departamentos derivado también al crecimiento que ha tenido Fox Network Guatemala.

También el uso de las tecnologías ha facilitado el uso de las herramientas y plataformas de trabajo de los *Log Editors*. Se han ido desarrollando diferentes versiones de programas digitales internos los cuáles permiten que el ingreso de las promos, programas y dekos sea más eficiente y se realice en un menor tiempo. Por lo tanto, al reducir tiempos es posible que los *Log Editors* realicen la parrilla de programación de dos o más canales, a esto se le denomina compensación diaria.

De la misma forma, siempre existirán oportunidades de mejora que permitan que las operaciones de una empresa se lleven a cabo de forma más eficiente.

De acuerdo a los comentarios de Escobedo, Gerente de tráfico de Fox Network Guatemala:

Una ventaja que tuvimos es cambiarlos de departamentos como crecimiento porque para nosotros es muy importante que las personas que están alrededor de tráfico tengan un conocimiento básico el cual te ayuda a realizar las tareas de cada uno de esos departamentos, algunos chicos pasaron al departamento de Sales Ops que es la encargada de carga de comerciales, otros al área de Promo Ops o al equipo de Break Ops. Obviamente el conocimiento que ya traen de nuestra área fue fundamental para que ellos se adaptaran más fácilmente (A. Escobedo, comunicación personal, 25 de febrero de 2020).

Es decir, una oportunidad de mejora para los *Log Editors* es poder optar a otro cargo dentro de la empresa. Los *Log Editors* tienen conocimiento sobre los otros departamentos ya que trabajan en conjunto, lo cual les permite complementar el conocimiento que tienen sobre la parrilla de programación. Esto permite desempeñar de mejor manera las funciones de otro departamento ya que conocen el inicio del proceso hasta llegar al área de interés del nuevo puesto.

Así mismo, la televisión es un medio de comunicación de gran alcance e impacto dentro de las audiencias y por ello existen retos para los *Log Editors* en el desarrollo de sus funciones.

De acuerdo a los comentarios de Sagastume, Jefe de tráfico de Fox Network Guatemala:

Existen muchas leyes de medios, criterios, reglas que debemos cumplir y que son normativas; muchas veces dependerá de nosotros poder cumplirlas no solo aquí en Guatemala sino que a nivel Latinoamérica y esto puede repercutir muchas veces en que no puedan cerrar un canal (J. Sagastume, comunicación personal, 27 de febrero de 2020).

Es decir, el principal reto de un *Log Editor* no es solamente cumplir con las restricciones internas de la empresa sino adaptar sus funciones internacionalmente con los otros países que forman parte de Fox Network.

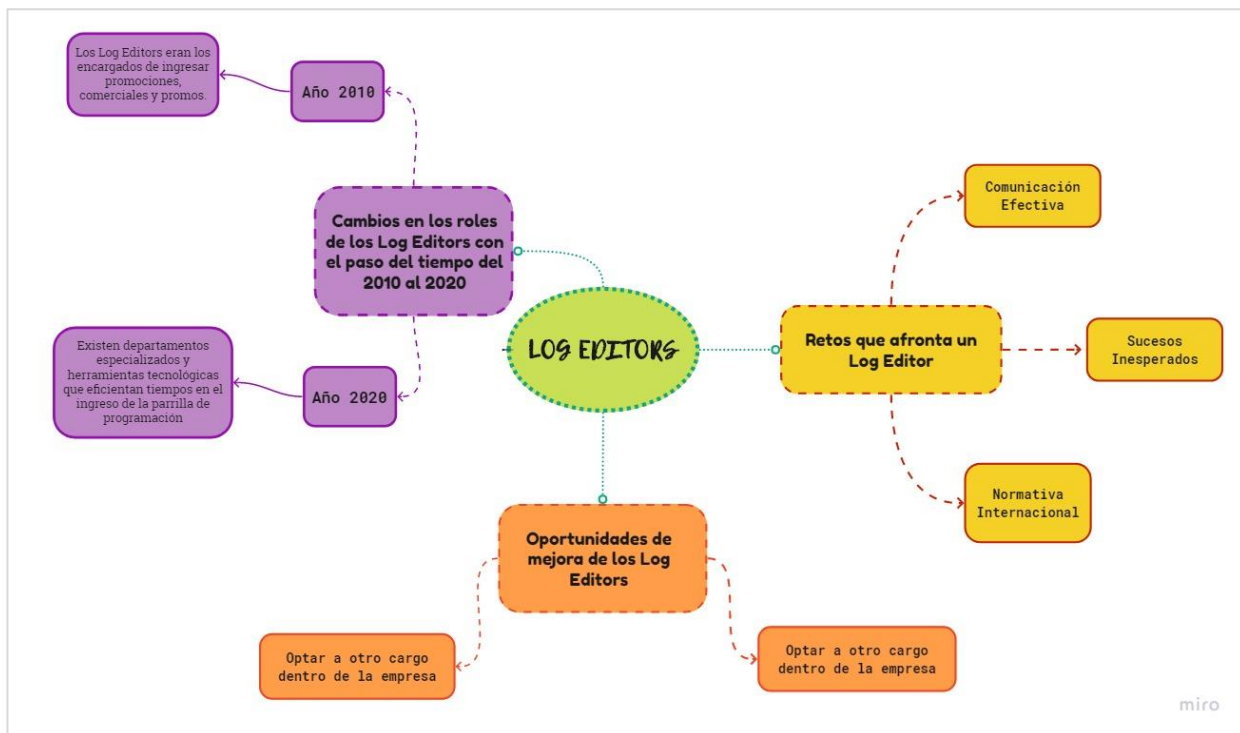
De la misma manera, se debe desarrollar la comunicación efectiva por la relación que existe con personas de la empresa que se encuentran en otros países. Dado a la riqueza del idioma español, una palabra puede tener diferentes significados alrededor del mundo y es importante saber transmitir el mensaje de forma adecuada para que el receptor pueda recibir el mensaje de manera efectiva.

También los sucesos inesperados en el mundo, cumplen un reto importante para un *Log Editor*. Escobedo, Gerente de tráfico de Fox Network Guatemala comenta:

Durante el día pueden existir cambios tanto para el día siguiente como para el que está al aire por algún evento catastrófico en Latinoamérica, suceso grande en el mundo, por el fallecimiento de un personaje público importante y de impacto, por lo cual también necesitamos hacer un cambio de programación, cambio de publicidad o baja de publicidad e ingreso de publicidad (A. Escobedo, comunicación personal, 25 de febrero de 2020).

Es decir que todo el trabajo programado en un día, puede darse de baja por algún motivo inesperado y los *Log Editors* deben tener la apertura y enfoque para generar la programación emergente en un momento dado.

Gráfica 3
Aspectos importantes sobre los *Log Editors*



Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

2.4 Publicidad en la televisión

Según (Kotler, 2008) “la publicidad se define como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado. Los principales objetivos esenciales de la publicidad son: informar, persuadir y recordar”.

Por su parte (Giraldo, 2019) “La publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado”.

Con frecuencia las personas viven más y más conectadas a la publicidad, la cual se encuentra en todas partes, lo que hace difícil poder evitarla. Aun existiendo gran variedad de medios de comunicación, la televisión continúa posicionada como una de las principales herramientas para alcanzar a la mayor parte de público.

Según (Fernández, 2020) en el documento “¿Cómo funciona la publicidad en la televisión?” establece que existen dos formas de comprar la publicidad en televisión:

- **La compra a descuento:** la cadena de televisión pone una tarifa fija para un programa o un horario de un día en concreto, y el anunciante negocia un descuento para emitir el anuncio.
- **Compra a costo GRP:** se negocia con la cadena un costo por cada GRP (*Gross Rating Point*), que se consiga para un target ofrecido. En esta negociación se incluyen variables cualitativas y cuantitativas.

2.4.1 Pautas publicitarias

El marketing digital a través de los medios de comunicación tradicionales, siempre será la mejor opción para poder difundir el mensaje de una marca debido al alcance que tienen estos medios.

Según (Castillo, 2016), “se le llama pauta publicitaria al conjunto de espacios de publicidad que se seleccionan para comunicar un mensaje en un período de tiempo definido”.

En la televisión, las pautas publicitarias se basan en espacios pagados en donde diversas marcas buscan enviar un mensaje a sus públicos objetivos con el fin de generar mayor interacción con los mismos. También existen pautas publicitarias propias de cada televisora, en donde ofrecen los espacios disponibles en tiempo para que otras marcas los adquieran.

Según (Lara, 2019), las pautas publicitarias cumplen con cuatro principales características que cada anunciante debe establecer:

- **Anuncio:** Constituye el producto o servicio específico que se desea promover.

- **Presupuesto:** Es la suma monetaria que se tiene establecida pagar para promover el anuncio.
- **Segmentación del público:** Se debe definir de forma correcta el grupo objetivo al que debe transmitirse el anuncio. Si este público no está definido de forma correcta el anuncio no cumplirá con el objetivo.
- **Diseño del anuncio:** Es la forma que se le da al anuncio, puede ser un video, imágenes, audios, entre otras formas audiovisuales.

2.4.2 Otros soportes publicitarios propios de la televisión

Los soportes publicitarios de la televisión se caracterizan por ser mensajes dirigidos tanto a adultos como a niños debido al carácter de este medio.

Según (López, 2016) en el documento “Televisión como soporte publicitario”, establece que los soportes más efectivos y utilizados exclusivamente en la televisión son:

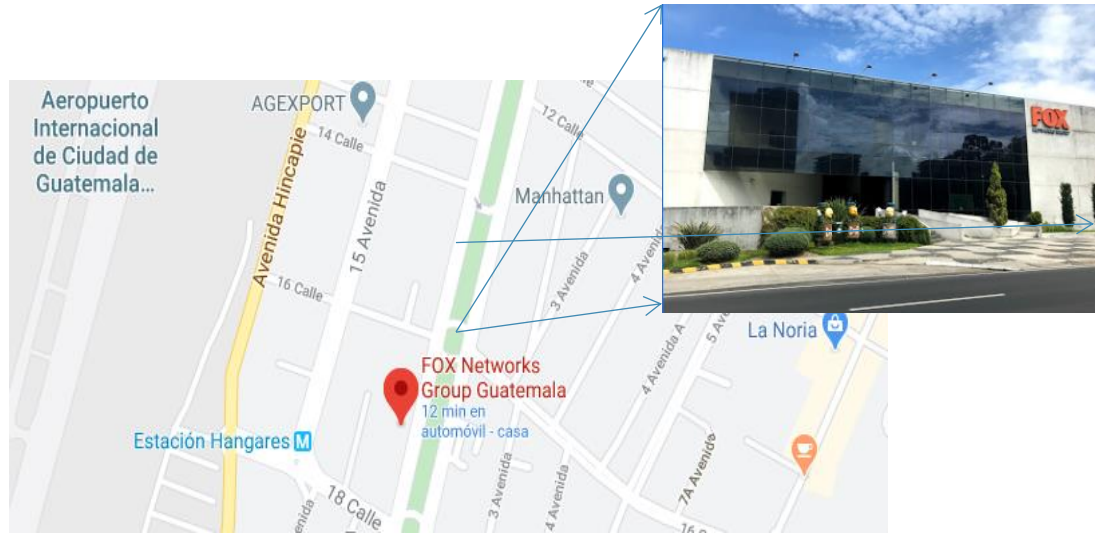
- **Patrocinio:** también se conoce como “*batering*” y se da cuando el anunciante paga el costo total o parcial de la producción de un programa de televisión a cambio de la mención o promoción de su marca o producto durante la transmisión del mismo.
- **Posicionamiento de producto:** se da cuando los personajes de un programa de televisión utilizan, portan o mencionan un producto, su marca, su logo o sus beneficios de forma implícita dentro de la trama del mismo.
- **Spots:** son mensajes audiovisuales contratados por empresas a los canales de televisión para transmitir su mensaje a la audiencia. Su duración se encuentra usualmente entre los 10 y los 60 segundos.
- **Infomerciales:** son anuncios de más de un minuto de duración y que, por lo general, duran media hora e imitan los formatos de programas *talk show* comunes para promocionar un producto.
- **Promocionales:** es la auto publicidad institucional de un canal de televisión.

2.5 Fox Network Guatemala

2.5.1 Características del entorno

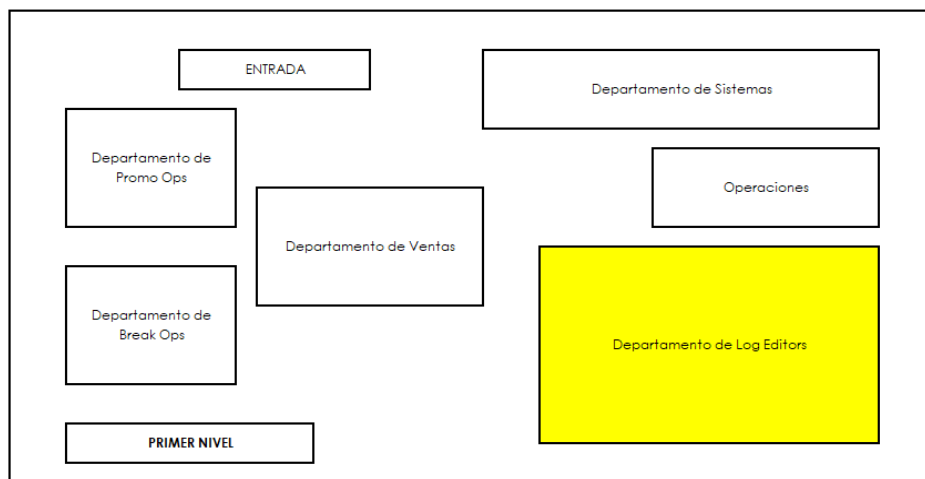
2.5.1.1 Delimitación del espacio

Fox Guatemala se encuentra ubicado en Avenida Las Américas 16-76 zona 13.



Fuente: Google Maps

Es un edificio de dos plantas. El departamento de *Log Editors* se encuentra ubicado en la primera planta de la siguiente manera:



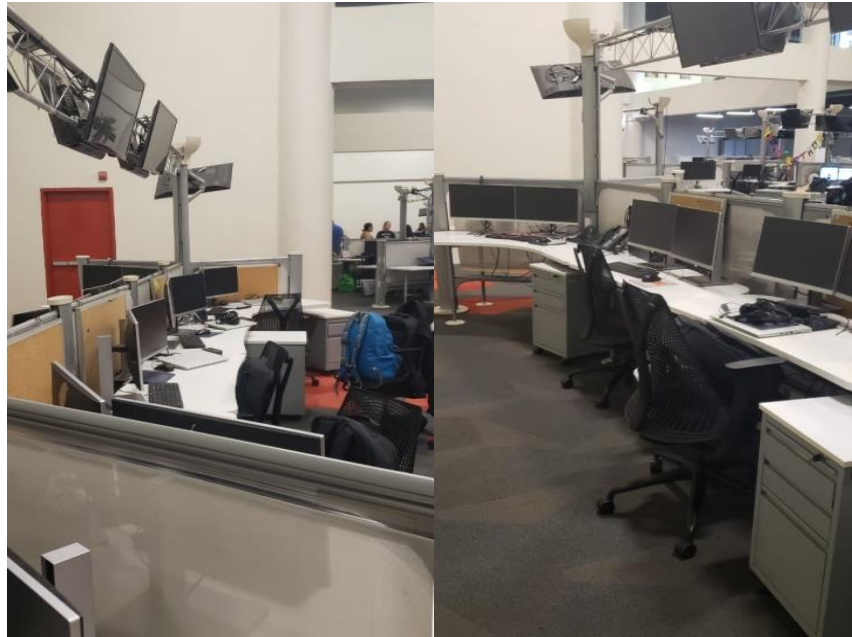
Fuente: Elaboración Propia

2.5.1.2 Instalaciones y equipamiento

El área está distribuida en ocho escritorios de melamina y madera, continuos uno al otro y una oficina del gerente de departamento.

Cada *Log Editor* cuenta con una computadora de escritorio la cual consta de un monitor de tamaño estándar, un CPU, un teclado y un mouse. Adicional, cuentan con un monitor extra, una computadora portátil y un teléfono análogo.

Es importante que cada *Log Editor* cuente con este equipo como mínimo en su lugar de trabajo ya que dada la carga de comerciales y programas, este equipo permite manejar de una manera más fácil la parrilla de programación de 24 horas del día y adicional también pueden visualizar simultáneamente los correos electrónicos y participar en reuniones y entrevistas vía con otros trabajadores de diferentes países.



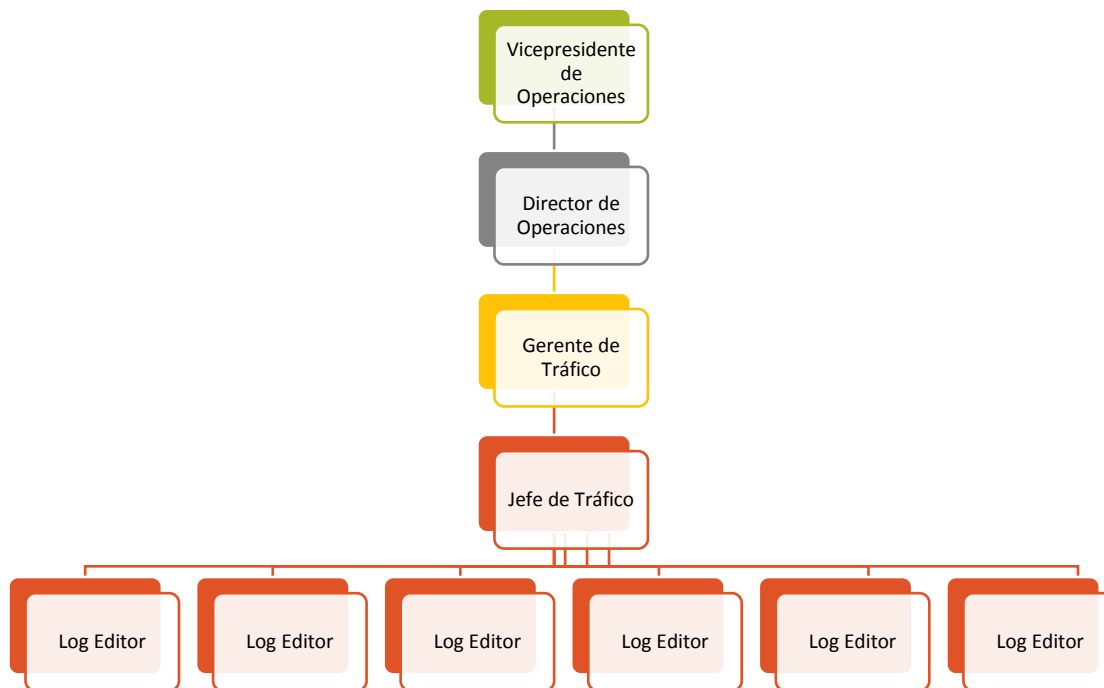
Fuente: Elaboración Propia

2.5.1.3 Cómo está organizado el departamento (Jerarquía)

De acuerdo a lo observado, se determinó el siguiente organigrama del departamento de *Log Editors*:

Grafica 4

Organización específica del Departamento de *Log Editors* en Fox Guatemala



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de Fox Network Guatemala

El organigrama está estructurado en función de una línea jerárquica y la comunicación es de forma vertical. Sin embargo, Los *Log Editors* tienen comunicación personal con el Jefe de tráfico y el Gerente de tráfico.

Por otro lado, el Director de Operaciones trabaja desde Argentina y únicamente tiene comunicación con el Gerente de tráfico y el Jefe de tráfico, los cuales les brindan soporte especial o reciben información sobre temas importantes con estrenos en algún canal en específico. Posteriormente dicha información es transmitida a todos los *Log Editors* para la programación respectiva.

Capítulo III

Marco metodológico

3.1 Método

Según (Villar, 1990, p. 2), “el método es un proceso riguroso formulado lógicamente para lograr la adquisición, organización o sistematización, y expresión o exposición de conocimientos”.

La metodología que se utilizó en el proceso de investigación de tesis fue el método inductivo. El cuál corresponde a un enfoque cualitativo.

De acuerdo a Rodríguez Jiménez en el documento “Metodología de la investigación científica” define:

El método inductivo-deductivo está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan (Rodríguez Jiménez, 2017, p. 10).

Este método inductivo fue funcional para esta investigación debido a que se abordó un fenómeno en particular para luego aplicarlo en el departamento de Fox Guatemala.

3.2 Tipo de investigación

La investigación fue de tipo descriptivo. De acuerdo a (Quecedo, 2002, p. 12) en la revista psicodidáctica “Introducción a la metodología de investigación cualitativa” indica: “los estudios cualitativos intentan describir sistemáticamente las características de las variables y fenómenos con el fin de generar y perfeccionar categorías conceptuales, descubrir y validar asociaciones entre fenómenos”

3.3 Objetivos

3.3.1 General

- Describir la organización y funciones del departamento de *Log Editors* en Fox Guatemala.

3.3.2 Específicos

- Determinar la metodología de trabajo para la programación en la televisión en Fox Guatemala.
- Establecer las competencias técnicas y profesionales que debe tener un *Log Editors* para realizar la programación televisiva en Fox Guatemala.
- Explicar el funcionamiento del inventario de comerciales por hora y por día en la programación en Fox Guatemala.

3.4 Técnica

Según (Rojas Crotte, 2011, p. 278) en el documento “Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica” define: “la técnica de investigación científica es un procedimiento típico, validado por la práctica, orientado generalmente a obtener y transformar información útil para la solución de problemas de conocimiento en las disciplinas científicas”.

La investigación fue realizada a través de consultas bibliográficas, la realización de entrevistas y ejecución de una guía de observación al personal del departamento de *Log Editors* de Fox Guatemala, ubicado en Avenida Las Américas 16-76 zona 13, Guatemala, Guatemala. (Ver Anexo 3. Entrevistas y Anexo 6. Fichas Bibliográficas.

De acuerdo con el (Diccionario de Ciencias de la Educación, 1983, p. 208), “la entrevista se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar”.

3.5 Instrumento

De acuerdo con (Mejía, 2005, p. 19) “con el nombre instrumento se denomina a todos los instrumentos que pueden servir para medir las variables, recopilar información con respecto a ellas o simplemente observar su comportamiento”.

El instrumento utilizado para la investigación fue la guía de entrevista mediante la estructuración de un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas a través de las cuales se recopilen datos del personal del departamento de *Log Editors* de Fox Guatemala, ubicado en Avenida Las Américas 16-76 zona 13, Guatemala, Guatemala. (Ver anexo 1. Guía de entrevista)

3.6 Población

Según (Arias-Gómez, 2016, p. 202), “la población de estudio es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios predeterminados”.

La población o universo objeto de investigación fue el personal del departamento de *Log Editors* de Fox Guatemala que son 9 trabajadores.

3.7 Muestra

(Rodríguez, 1996, p. 9) indica que “la muestra es toda parte representativa de un conjunto, población o universo, cuyas características debe reproducir en pequeño lo más exactamente posible”.

Con base al total del personal del departamento de *Log Editors* de Fox Guatemala, ubicado en Avenida Las Américas 16-76 zona 13, Guatemala, Guatemala, será un muestreo no probabilístico por conveniencia de 3 personas.

Según (Manterola, 2017, p. 230) en el documento “Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio”, define que un muestreo no probabilístico “permite seleccionar aquellos casos accesibles

que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador”. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque pertenecen a la población de interés, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico.

3.8 Procedimiento metodológico

Se elaboró un cuestionario estructurado de diez preguntas abiertas para entrevistar a las personas del departamento de *Log Editors* con el fin de conocer la organización, funciones, metodología, capacidades técnicas y profesionales y efectos del trabajo que realizan en Fox.

Las entrevistas se realizaron a una muestra de tres personas elegidas mediante el muestreo cualitativo por conveniencia a manera de acceder a la información de manera eficiente. Con la información obtenida mediante las entrevistas se realizó el cruce de información con la guía de observación que se elaboró con las características del entorno.

Capítulo IV

Presentación y análisis de resultados

4.1 Introducción

Derivado de la realización del trabajo de campo a través del análisis de las necesidades de la investigación, se inicia a describir los resultados obtenidos por medio de los instrumentos planteados.

El primer instrumento es el de las entrevistas abiertas como método directo de obtención de datos, ya que constituyen la técnica de investigación capaz de proporcionar los elementos adecuados para desarrollar una acción evaluadora específica y conocer en profundidad la situación y el contexto.

Se desarrollaron entrevistas ya que de esta forma las respuestas eran flexibles, lo cual permitió que los entrevistados pudieran expresar ampliamente su opinión y criterio propio.

Adicionalmente, los entrevistados proporcionaron información complementaria que por políticas de la empresa no pudo quedar registrada en grabaciones o documentos, únicamente anotaciones propias.

A continuación se presenta el resumen de los participantes de la investigación y las fechas de realización de las entrevistas:

Tabla 2
Datos de los Entrevistados

Nombre del entrevistado	Puesto en el que labora	Tiempo laborando en Fox Network Guatemala	Fecha de la entrevista	Funciones	Análisis y discusiones
Antonio Escobedo	Gerente de Tráfico	11 Años	25 de febrero de 2020	Encargado de planificar y supervisar las actividades que llevan a cabo los <i>Log</i>	Indicó que un <i>Log Editor</i> debe ser una persona dispuesta a trabajar de

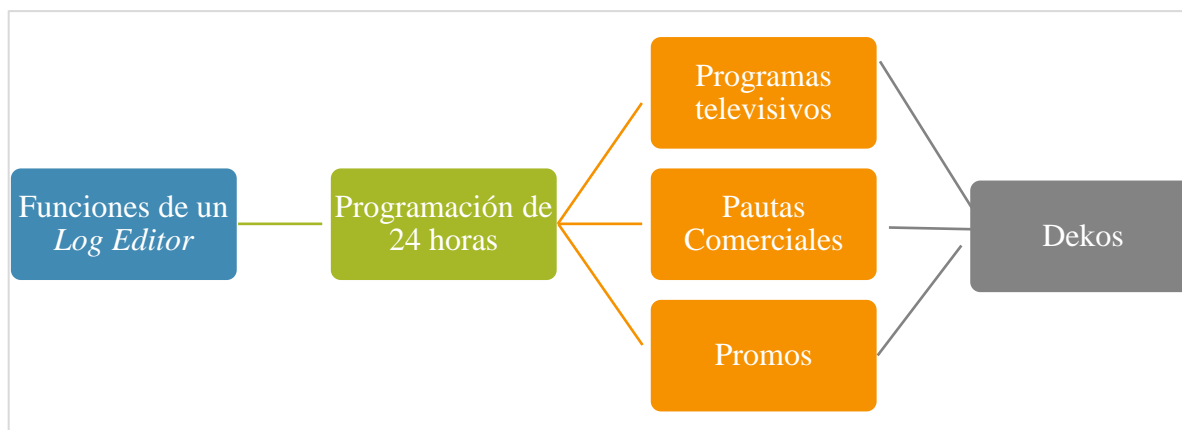
					<p><i>Editors</i>. Además, coordina la distribución de la programación de la empresa. Así mismo, es el responsable de reportar directamente a los superiores y demás departamentos las decisiones de clientes internos o externos que pueden impactar la programación diaria.</p>	<p>forma monótona en el ingreso de pautas promocionales y comerciales día a día. De la misma forma, indicó programación se realiza con un día de anticipación y están sujetos a cualquier cambio inesperado en la programación. También recalco que la metodología se basa en la capacitación y retroalimentación constante.</p>
José Eduardo Sagastume	Jefe de Tráfico	4 Años	27 de febrero de 2020	Responsable de la coordinación de los equipos involucrados en la creación de los canales, además de encargarse de la medición de la calidad de las señales y gestión de las diferentes leyes de medios.	Comentó que la cualidad más importante de un <i>Log Editor</i> es ser minucioso mientras realiza el esquema de programación de 24 horas basada en programas de televisión, pautas publicitarias y comerciales. Menciona que dentro de los retos de los <i>Log Editors</i> esta ka diversidad de idiomas en la comunicación con los países que son parte de Fox. Así mismo opina que la capacidad estratégica y analítica de los <i>Log Editors</i> puede aportar grandes cambios a la televisión guatemalteca.	
Alejandra Castillo	<i>Log Editor</i>	3 Años	28 de marzo de 2020	Persona quién se encarga de la programación de programas, comerciales y dekos en estructura de 24 horas y es responsable de validar que se transmita de manera correcta en las horas pautadas todos los programas.	Mencionó que el departamento de <i>Log Editors</i> de Fox Guatemala depende también de las funciones de otros departamentos y las restricciones que se tengan establecidas por país. También indica que los roles de los <i>Log Editors</i> han cambiado con el paso del tiempo de acuerdo a las necesidades y objetivos de Fox Guatemala.	

Fuente: Elaboración propia

4.2 Principales funciones de un *Log Editor*

Gráfica 5

Segmentos de la programación en los que interviene un *Log Editor*



Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

La función principal de los *Log Editors* es la elaboración de una programación de 24 horas al día, esto se refiere a que debe de estructurar un esquema televisivo basado en programas de televisión, ingreso de pautas comerciales y dekos.

Fox Guatemala maneja una gran variedad de canales como Fox, National Geographic, Cine Canal, Fox Life, entre otros. Adicionalmente, Fox maneja canales propios que varían por país, por ejemplo: Fox México, Fox Chile, Fox Centroamérica, National Geographic Chile, National Geographic Argentina, Fox Argentina, Fox Colombia, Fox Life Argentina, entre otros.

Tabla 3

Canales de Fox Network Guatemala

País/Región	Canales
Argentina	Fox Life Argentina, Fox Argentina, FX Argentina, National Geographic Argentina y Fox Latinoamérica.

México	Fox Life México, Fox México, FX México, National Geographic México y National Geographic Wild.
Colombia	Fox Colombia, National Geographic Colombia y FX Colombia.
Chile	Fox Chile, FX Chile y National Geographic Chile.
Peru	Fox Peru.
Centroamérica	Fox Centroamérica.

Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

Para cumplir a cabalidad con la estructura de la programación de los canales antes mencionados es importante considerar los siguientes puntos:

- Los comerciales y spots publicitarios generalmente tienen duración desde 10 segundos a un máximo de 2 minutos. Estos se dividen en dos rangos: de rango de horario amplio y de horario de rango reducido. Los comerciales y spots de rango de horario amplio pueden ingresarse entre las 8:00 y 20:00 horas y los de rango reducido solamente de 19:00 a 20:00 horas. Sin embargo, esto no quiere decir que los comerciales tienen horarios específicos sino que pueden ingresarse en cualquier horario.

Partiendo de esta premisa, los *Log Editors* deben analizar de qué forma pueden integrar los comerciales y spots en el horario requerido. Por ejemplo en el caso de la serie “Los Simpson” el ingreso permitido de comerciales es un máximo de 5:07 y con películas como “Transformers” o “Una noche en el museo” tienen tiempo establecido máximo de 6:37 segundos.

- En la parrilla de programación de 24 horas de un canal, la cantidad de comerciales que se puede ingresar depende de la estructura de cada país. Por ejemplo, Fox Centroamérica maneja en promedio 20 comerciales y en canales con una alta demanda como Fox México o Fox Argentina maneja hasta 300 comerciales, todo dependerá del tiempo disponible para comerciales.

En el caso que se exceda el tiempo estipulado para comerciales, los que no se pudieron ingresar se envían a un apartado denominado “*retail*” que funciona como una papelería de reciclaje para poder utilizarlos en días posteriores. Este proceso debe justificarse al área de ventas por temas de estrategias comerciales.

- Se realizan diferentes cortes comerciales durante la programación dependiendo del tipo de contenido. En el caso de las series televisivas, se realizan dos cortes comerciales y en el caso de las películas pueden realizarse un máximo de cinco cortes comerciales. Todo depende de la duración total del contenido.

Se pueden realizar excepciones cuando se ingresa contenido de estreno dependiendo de la estrategia del área comercial, de lo contrario todos los programas y series llevan cortes.

Los cortes deben realizarse de forma ascendente, esto se refiere a que si el primer corte fue de 5:00 minutos, el siguiente corte deberá ser mayor por ejemplo 5:07 minutos.

- Para unificar toda la programación, también es importante que los *Log Editors* cumplan con el ingreso de dekos, los cuales son acciones dentro de los canales que propician la interacción del televidente con el cable operador, por ejemplo: las barras inferiores que indican que programa sigue a continuación.

Existen diferentes dekos que sirven de apoyo a los televidentes para comprender el lenguaje televisivo. En el caso de Fox Network, los dekos más icónicos son el logo de “NO MOLESTAR” cuando inicia la serie por la noche de Los Simpson o Futurama y deko que generalmente está en la esquina superior izquierda que invita a descargar la aplicación de Fox Guatemala en los dispositivos móviles.

También los dekos se pueden visualizar en forma de cuenta regresiva para indicar el estreno de una serie, película o emisión especial. (Ver Anexo 4, Ejemplos de Dekos)

De acuerdo a los comentarios de Escobedo, Gerente de tráfico de Fox Guatemala indicó:

Existen reglas internas que se deben de cumplir para la colocación de la pauta comercial, la pauta de promocionales del canal y la compensación diaria siempre cuidando la calidad del trabajo, ya que se tiene la responsabilidad de emitir no solamente emitir a un par de televidentes sino a muchos lugares de Latinoamérica dependiendo del canal y tenemos un impacto muy grande en cada uno de ellos (A. Escobedo, comunicación personal, 25 de febrero de 2020).

Es decir, existen reglas o estrategias internas para realizar la parrilla de programación de un canal como ser minuciosos en las especificaciones que los clientes de ciertas marcas pidan.

Si se hace caso omiso a las estrategias se pueden generar pérdidas monetarias y en el *rating* de Fox Guatemala y sobretodo en el canal que se está programando.

A continuación se presentan algunas estrategias generales que tiene el departamento de *Log Editors* al momento de ingresar los comerciales de diferentes países:

Tabla 4

Estrategias generales del departamento de *Log Editors*

País/Estado	Estrategia
Colombia	<ul style="list-style-type: none">▪ Los comerciales de bebidas alcohólicas se pueden programar a partir de las 10 de la noche y solamente pueden estar durante dos horas en diferentes cortes.▪ Solamente puede programarse 1 minuto de comerciales de bebidas alcohólicas por hora.
México	<ul style="list-style-type: none">▪ En el horario matutino no se pueden programar comerciales de golosinas o frituras, ya que generalmente es el horario de audiencia infantil. Con esta estrategia se apoya a las campañas de no obesidad infantil.
Miami	<ul style="list-style-type: none">▪ En el horario matutino solo se permite programar un infomercial por cada corte de 2 minutos.

Chile

- Las marcas de telefonía se deben programar en primera posición de un corte.
- No se debe incluir dos comerciales continuos del mismo tipo de negocio.

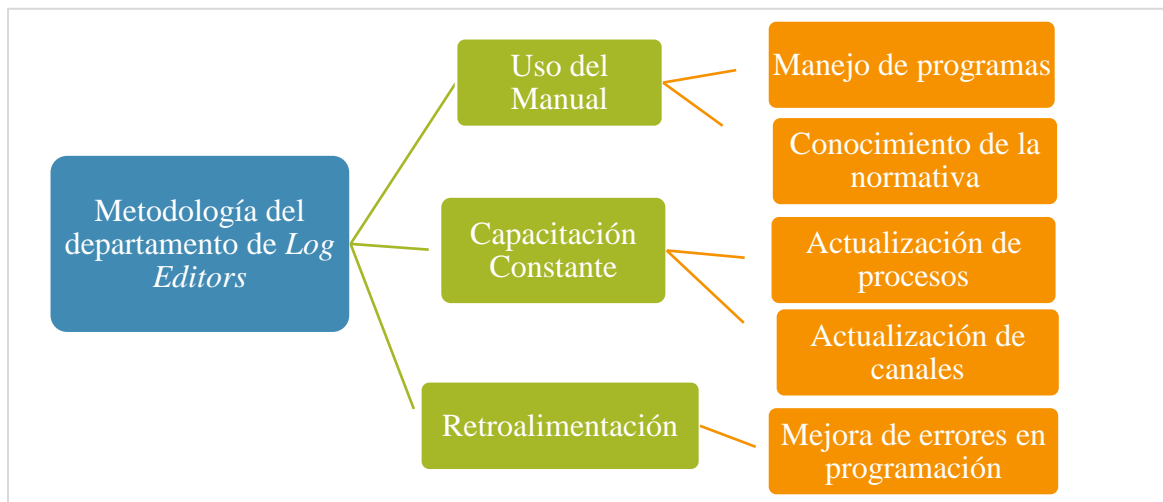
Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

Finalmente, el *Log Editor* debe compensar las parillas de programación de los canales asignados. Esto quiere decir que cada programa y comercial quede ingresado en el horario exacto y se cumplan con las 24 horas exactas de programación.

4.3 Metodología de trabajo para la programación en la televisión en Fox Guatemala

Gráfica 6

Metodología de programación en la televisión en Fox Guatemala



Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

La metodología que asegura el cumplimiento de los objetivos y se aplica a los *Log Editors* inicia con la capacitación del personal a través de un *Log Editor* experto o bien el Jefe de Tráfico. El proceso de capacitación se cubre en el lapso de una a dos semanas, todo dependerá del desempeño del nuevo *Log Editor*.

Para introducir al nuevo *Log Editor*, se le proporciona un canal sencillo de uno de los *Log Editors* expertos para que pueda familiarizarse con las funciones del puesto.

Se les denomina canales sencillos a todos aquellos canales que cuentan con menos de 50 comerciales diarios. Entre ellos podemos mencionar Fox Centroamérica y National Geographic Colombia.

Luego de uno o dos meses, se le proporciona al nuevo *Log Editor* un canal de dificultad media como Fox Perú, National Geographic Argentina o Fox Colombia, los cuales tienen alrededor de 100 a 150 comerciales diarios.

Posteriormente el Gerente de Tráfico realiza una evaluación del desempeño del nuevo *Log Editor* y de ser aceptable, le proporciona un canal de dificultad alta como Fox México, Fox Chile o National Geographic Chile, las cuales tienen más de 200 comerciales diarios y además son las señales más importantes en la empresa.

Paralelamente se le proporciona a cada uno de los *Log Editors* un manual en el cual pueden apoyarse para el correcto uso de los programas donde se encuentran las dos parrillas, uno de los comerciales; en este programa se incluye un listado de pautas comerciales que el departamento de ventas asigna de acuerdo a las estrategias comerciales de cada marca, país y canal y el otro donde se encuentra la parrilla con la programación final. (No se mencionan los nombres de los programas por políticas institucionales)

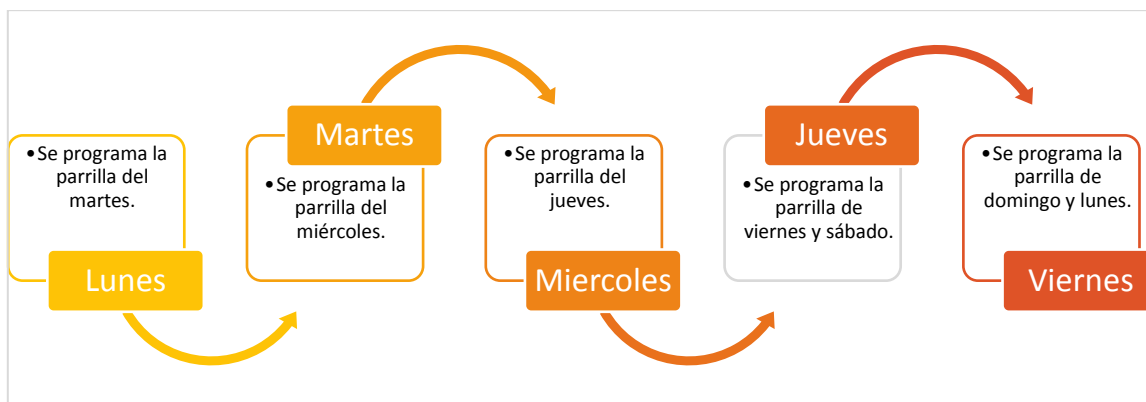
Adicionalmente, el manual contiene la información detallada de las señales que maneja Fox Guatemala así como generalidades de procedimientos internos:

- Se explica la relación de otros departamentos con el departamento de *Log Editors*. Por ejemplo, el área de ventas de los diferentes países debe agregar al programa los comerciales que se necesitan incluir en la parrilla de programación.

- Se especifican los tiempos permitidos de programación, es decir Fox Network Guatemala trabaja con una programación de 24 horas a partir de las 7:00am.
- Establece la forma de ingreso de la parrilla de programación de los *Log Editors*, la cual consiste en programar con un día de anticipación la parrilla de programación.

Gráfica 7

Forma de ingreso de la parrilla de programación en Fox Guatemala



Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

Este proceso se realiza con el fin de no ingresar los comerciales “en vivo” o el mismo día que se transmitirá la programación.

De acuerdo con los comentarios relacionados a la metodología del departamento de *Log Editors* (Escobedo, 2020), Gerente de tráfico de Fox Guatemala, mencionó:

"Optimizar procesos para agilizar el cierre de los logs, facilitar el trabajo de los *Log Editors* y constantemente este tipo de cambios se han hecho dentro del manual porque se busca siempre aumentar la calidad del trabajo" (A. Escobedo, comunicación personal, 25 de febrero de 2020).

Es decir, Fox Guatemala brinda capacitación constante a su personal, no solamente para formarlos como *Log Editors* expertos sino para optimizar procesos que repercutan en la calidad de la programación.

A los *Log Editors* también se les miden los errores dentro de la parrilla de la programación, los cuales corrige el Jefe de Tráfico. Esto permite realizar a cada uno de los *Log Editors* una evaluación mensual en la que se retroalimenten dichos errores y se puedan corregir y mejorar para futuras ocasiones. De esta manera también se enriquece el conocimiento del *Log Editor* y perfeccionar la calidad de los procesos que manejan.

Dentro de los principales errores se pueden mencionar:

- No respetar la estrategia de comerciales en los estrenos de programas o películas. Los comerciales de estos estrenos pagan una pauta comercial especial, por lo que si se ingresaba un comercial que no correspondía, se beneficiaría una marca que no pagaba un comercial de estreno.
- Exceder el tiempo de duración de los cortes, esto incumplía en las restricciones de medios interna de Fox Guatemala.
- Ingreso de comerciales en posiciones incorrectas. Por ejemplo, las marcas *premium* generalmente pagan por las posiciones principales y el error se denotaba cuando se ingresaban en otras posiciones.

Se determinó que la metodología de Fox Guatemala es acertada debido a que las actividades que realizan los *Log Editors* son generalmente repetitivas, sin embargo, la televisión y las tendencias de comunicación varían constantemente, por ello es necesario que se mantenga la capacitación continua en los *Log Editors* para asegurar que las estrategias de programación vayan a la vanguardia y sean atractivas a los televidentes.

Así mismo al contar con un manual interno establecido, se asegura que los *Log Editors* trabajen de manera uniforme y consistente en base a los objetivos comerciales de la empresa. Esto quiere decir que a pesar que todos los *Log Editors* manejen diferentes parrillas de programación en países diferentes, la forma de trabajo y cumplimiento de objetivos serán los mismos. Por ejemplo, con un canal como Fox México y Fox Chile, tendrán los mismos objetivos pero con la variante de restricciones de medios de acuerdo a cada país.

También la metodología de contar con la retroalimentación constante en cada *Log Editor*, enriquece y perfecciona el trabajo de manera continua. Esto permite que los *Log Editors* adquieran capacidades más minuciosas y puedan volverse expertos en el tema, lo que a su vez garantiza que al momento de ingresar nuevo personal al departamento, puedan transmitir sus conocimientos de forma asertiva y eficiente.

4.4 Competencias técnicas y profesionales de un *Log Editor*

Infografía 1

Competencias técnicas y profesionales de un *Log Editor*



Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

Los *Log Editors* son actores clave dentro de la programación de la televisión. Es por ello que deben ser personas que cuenten con distintas capacidades y cualidades que les permitan poder desarrollarse como un *Log Editor* de manera eficiente.

La principal capacidad de un *Log Editor* es la capacidad de análisis. La elaboración de la parrilla de programación es extensa, dentro de ellas se incluyen los programas televisivos como series, *reallity shows*, noticieros así como tiempos de pautas publicitarias de los diferentes clientes de una televisora. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que la programación cumple con tiempos diarios establecidos de 24 horas los cuales no pueden excederse. Es por ello que el *Log Editor* debe tener conocimientos en análisis cuantitativos por las estimaciones de tiempos y prospección de resultados y dimensión cualitativa por aspectos culturales dada la naturaleza de los canales que maneja Fox International Chanel siempre siendo eficiente y velando por que se cumplan los objetivos de programación.

También es importante que un *Log Editor* sea organizado derivado a que maneja diferentes parrillas de programación. *Log Editors* manejan de 1 a 3 canales y a su vez suelen ser de diferentes países. Cada país tiene sus prioridades, por lo cual es fundamental poder organizar las prioridades del canal en cuanto a las pautas publicitarias, programas y dekos.

Un *Log Editor* también debe tener disponibilidad al cambio. La televisión es un medio que cambia día con día dada su naturaleza por lo cual un *Log Editor* debe de adaptarse a dichos cambios de manera activa. Por ejemplo, un día un *Log Editor* puede tener la responsabilidad de la programación de Chile, Argentina y México y puede estar adaptado en un 100% a la forma de trabajar dichos canales pero, al día siguiente puede asignársele la programación de Brasil, Colombia y Perú. Es por ello que debe tener la disponibilidad de adaptarse a los cambios para poder cumplir con los objetivos de la empresa o televisora.

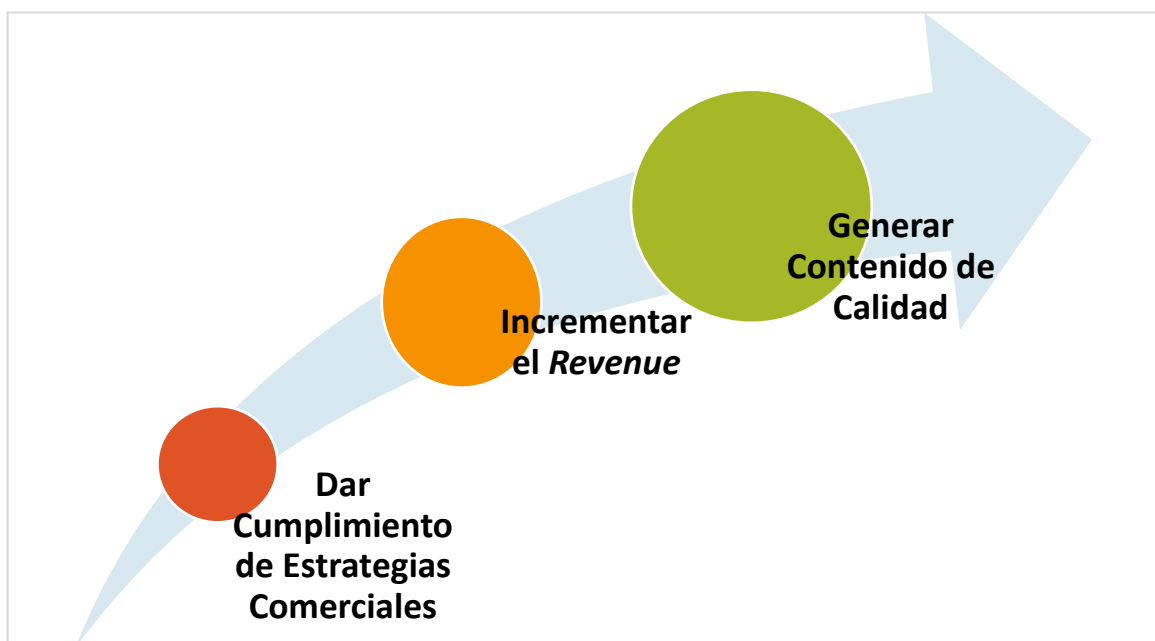
En cuanto a las competencias técnicas, solamente se requiere que posean conocimientos en el uso de equipo de computación, planta telefónica, manejo de paquetes de office y manejo de internet en general.

En las capacidades profesionales; los *Log Editors* deben ser personas con experiencia en comunicación, especialmente comunicación digital, que sepa comunicarse de forma eficiente con herramientas y entornos digitales. También se requiere que posea liderazgo y que sepa trabajar en equipo y sobre todo que tenga la capacidad de análisis para poder tomar decisiones asertivas en la realización de las parrillas de programación. Por lo anterior, es necesario una carrera profesional para formar una base en medios, plataformas digitales y publicidad para el desarrollo eficaz de las actividades del departamento.

4.5 Efectos a los que conlleva, el desempeño de los *Log Editors*, con relación a la programación de comerciales, spots y Dekos en Fox Guatemala

A continuación se describen los efectos que son el resultado del desempeño de la programación que genera un *Log Editor* en Fox Guatemala.

Gráfica 8
Objetivos del departamento de *Log Editors*



Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

Los *Log Editors* tienen objetivos establecidos para los cuales deben desarrollar estrategias que les permitan cumplirlos. Estas estrategias son realizadas por el departamento de ventas de los diferentes países que forman parte de Fox International Networks. Por ejemplo, en el caso de México, Colombia, Argentina y Miami envían al Jefe de Tráfico la estrategia para que posteriormente él la comunique a cada uno de los *Log Editors* para que se cumpla a cabalidad la programación en base a los requerimientos de ventas.

Dentro de las estrategias del departamento de venta se indica la prioridad que se le debe dar a cada uno de los comerciales al momento de ingresarlos a la parrilla de programación. Esta prioridad se especifica mediante una nomenclatura de letras de forma descendente desde la “AAAAA” a la “ZZZZZ”.

Por ejemplo una marca *Premium* tiene una prioridad “AAAAA” la cuál es la más alta que un marca estándar que puede tener una prioridad “ZAAAA”.

Tabla 5

Definición de los niveles en la nomenclatura de prioridades en los comerciales

Nomenclatura	Definición
Letra 1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diferencia monedas: <ul style="list-style-type: none"> ○ La letra “Z” representa la moneda bolívares. ○ La letra “A” representa el resto de monedas.
Letra 2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Patrocinio o categoría de precio, tiene mayor prioridad que un spot normal.
Letra 3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Determina el mejor precio de comerciales.
Letra 4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evalúa la prioridad de campaña.
Letra 5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Evalúa la prioridad de cliente.

Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

De acuerdo a los comentarios de Escobedo, Gerente de tráfico de Fox Guatemala:

Otro de los objetivos es incrementar el *revenue* –ingresos monetarios- al incluir los comerciales. Tenemos un impacto grande y es importante tener en cuenta que puede llegar a impactar a la empresa completa si el *revenue* no es el adecuado y si tenemos un falla importante en la programación vamos a tener un impacto en el rating –índice de audiencia- (A. Escobedo, comunicación personal, 25 de febrero de 2020).

Estos ingresos monetarios se ven reflejados en su mayoría en los meses del año con mayor demanda de comerciales, en fechas importantes como el día de la madre o bien estacionalmente como el mes de Diciembre por las fiestas decembrinas. Cada *Log Editor* debe organizar sus tiempos ya que se triplica el número de comerciales diarios para cada canal debido a que los clientes quieren darse a conocer y vender sus productos y servicios.

Así mismo, derivado de la demanda es posible que el tiempo de la programación se exceda y queden fuera algunos comerciales. En este caso el *Log Editor* debe de enviar un correo al área de ventas del país y se programa en espera para el próximo día.

Una mala ejecución en la programación podría representar un impacto negativo importante dentro de la empresa no solamente en términos monetarios sino también impacta el *rating* o índice de audiencia.

Por otra parte, se debe garantizar el cumplimiento de los objetivos de las estrategias comerciales de los clientes quienes buscan impactar a sus grupos objetivos mediante las pautas o tiempos comerciales que compran en el canal.

Respecto a la calidad en la programación diaria de cada canal, representa el principal objetivo del *Log Editor*. Esto conlleva a que se pueda generar la menor cantidad de errores posibles de manera que los televidentes reciban una mejor experiencia y vuelvan a elegir el canal.

Para que la cantidad de errores sea mínima, se desarrollaron restricciones de medios en Fox Guatemala. Estas indican cuántos comerciales deben ingresarse por día y hora según el país que corresponda.

Tabla 6
Restricciones de medios en Fox Guatemala

Restricción de medios	Por día	Por hora
<p style="text-align: center;">Argentina</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fox Life Argentina ▪ Fox Argentina ▪ FX Argentina ▪ National Geographic Argentina 	Tiempo máximo de 2 horas y 24 minutos de comerciales.	Tiempo máximo de 12 minutos de comerciales.
<p style="text-align: center;">México</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fox Life México ▪ Fox México ▪ FX México ▪ National Geographic México 	Tiempo máximo de 1 hora y 36 minutos de comerciales.	Tiempo máximo de 6 minutos de comerciales. Se exceptúa el <i>prime time</i> que abarca de las 18:00 a 23:00 horas, con tiempo máximo de 10 minutos de comerciales.
<p style="text-align: center;">Colombia, Perú y Chile</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fox Chile ▪ Fox Colombia ▪ Fox Per ▪ National Geographic Chile ▪ National Geographic Colombia ▪ Fox Centroamérica 	No tiene tiempo máximo para ingreso de comerciales.	Tiempo máximo de 12 minutos de comerciales

Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

Sin estas leyes de medios, no se tendría el proceso adecuado para el ingreso de los comerciales. Adicional a ello, estas leyes sirven de apoyo para realizar una evaluación del rendimiento de los comerciales por hora y por día. Esta evaluación se denomina “inventario”.

Un *Log Editor* debe verificar en el inventario que se muestra por hora y por día si se ha excedido el límite de minutos que requiere la ley de medios de cada señal y país que corresponde. Si se excediera el límite, se debe regresar al programa de ingreso de la parrilla de programación y donde ya estén ingresados los comerciales y ver en el inventario cuál es el siguiente horario disponible para el ingreso del comercial o bien mover otro comercial.

Tabla 7
Ejemplo de Inventario de Comerciales

Canal	Hora	Duración de comerciales
Fox México	0-1	00:01:45
	1-2	00:04:15
	3-4	00:00:00
	4-5	00:00:00
	5-6	00:00:00
	6-7	00:00:00
	7-8	00:00:00
	8-9	00:00:00
	9-10	00:01:45
	10-11	00:03:00
	11-12	00:03:05
	12-13	00:03:10
	13-14	00:04:00
	14-15	00:05:30
	15-16	00:03:45

	16-17	00:06:00
	17-18	00:03:55
	18-19	00:06:15
	19-20	00:08:35
	20-21	00:09:55
	21-22	00:09:55
	22-23	00:09:55
	23-24	00:09:50
Total Fox México		01:35:35

Fuente: Elaboración propia con información de los entrevistados.

Se puede observar que en el inventario, la primer columna indica el canal o señal que se programó, la segunda columna muestra las 24 horas y la tercer indica cuantos comerciales por día y por hora hay ingresados. Para este ejemplo en particular, la ley de medios de México establece que por día se debe de tener un máximo de 1 hora con 36 minutos de comerciales y se puede verificar en el cuadro que el total de comerciales en el día es de 1 hora con 35 minutos y 35 segundos lo cual significa que se puede realizar la compensación de la parrilla de programación sin problemas.

Con relación al punto de los “Efectos, con relación a la calidad de los comerciales, que son el resultado de la programación que generan los *Log Editors* en Fox Guatemala” y la información proporcionada en las paginas anteriores, se evidencia que el impacto del trabajo que genera un *Log Editor* se puede apreciar en:

- La calidad de la programación sin errores, apegada a objetivos que estan previamente establecidos.
- Incremento del *revenue* por medio de la colocación de los comerciales, especialmente en temporada alta.

- Generar una experiencia satisfactoria a los televidentes para que vuelvan a sintonizar los canales de Fox Network Guatemala y mantener o incrementar el *rating*.

Conclusiones

- Se determinó que la organización del departamento de *Log Editors* de la empresa de televisión, Fox Guatemala está dirigida por el Vicepresidente de operaciones, seguido por el Director de operaciones y el Gerente de Tráfico. Este último es la persona que dirige el equipo de *Log Editors* a través del Jefe de Tráfico quién es la persona que valida la programación que realizan los nueve *Log Editors* del departamento.

Así mismo, se determinó que la función principal del departamento de *Log Editors* es la elaboración de una programación de 24 horas la cual está basada en programas de televisión; ingreso de pautas comerciales, es decir los tiempos que pagan los clientes por sus anuncios y promos internas que constituyen los anuncios propios de la televisora o canal.

Para unificar la programación, también es importante que los *Log Editors* cumplan con el ingreso de dekos, los cuales son acciones dentro de los canales que propician la interacción del televidente con el cable operador, por ejemplo: las barras inferiores que indican que programa sigue a continuación.

- Se determinó que la metodología de Fox Guatemala se inicia con la capacitación de los *Log Editors* en un periodo de dos semanas, posteriormente se le otorgan canales de dificultad sencilla a dificultad alta. Paralelamente se le proporciona a cada uno de los *Log Editors* un manual en el cual pueden apoyarse para el uso de los programas propios del canal así como la normativa interna para la realización de la programación de los canales. Esto asegura que los *Log Editors* trabajen de manera uniforme y consistente en base a los objetivos comerciales de la empresa. La retroalimentación también es un factor importante en la metodología ya que enriquece y perfecciona el trabajo de manera continua.
- Se estableció que un *Log Editor* debe tener conocimientos en análisis cuantitativos por las estimaciones de tiempos y prospección de resultados y dimensión cualitativa por aspectos culturales dada la naturaleza de los canales que maneja Fox International Channels. En cuanto a las competencias técnicas, se requiere que posean conocimientos en el uso de equipo de

computación, planta telefónica, manejo de paquetes de office y manejo de internet en general. En las capacidades profesionales; los *Log Editors* deben ser personas con experiencia en comunicación, especialmente comunicación digital, que sepa comunicarse de forma eficiente con herramientas y entornos digitales. También se requiere que posea liderazgo y que sepa trabajar en equipo y sobre todo que tenga la capacidad de análisis para poder tomar decisiones asertivas en la realización de las parrillas de programación. Es importante que sea una persona con conocimientos en medios, plataformas digitales y publicidad para el desarrollo eficaz de las actividades del departamento.

- Se estableció que los efectos a los que conlleva, el desempeño de los *Log Editors*, con relación a la programación de comerciales, spots y dekors; es que, por un lado se propicia el ingreso del *revenue* por medio del cumplimiento de estrategias comerciales y por otro lado impacta en el *rating* de Fox Guatemala debido a que si se cometen errores en el ingreso de comerciales o en las prioridades de las marcas, genera experiencia negativa principalmente en las marcas y sobretodo en la teleaudiencia. O caso contrario, si se realiza un trabajo sin errores, se genera experiencia positiva para las marcas y teleaudiencia.

Recomendaciones

- Se recomienda que para la optimización de tiempos y estrategias comerciales, la organización del departamento de *Log Editors* de la empresa de televisión, Fox Guatemala se realice por medio de áreas especializados en cada uno de los ingresos. Es decir un área especializada de *Log Editors* para pautas comerciales y promos, una área especializada para programas televisivos y una área especializada para ingreso de dekos.
- Se recomienda que para enriquecer la metodología interna de la empresa de televisión, Fox Guatemala se capaciten a los *Log Editors* en temas de vanguardia no solamente aplicados a la televisión sino en temas de comunicación en general como comunicación digital, comunicación tradicional y comunicación en medios, de manera que enriquezcan las actividades diarias y se realice un trabajo que cumpla con los objetivos de la comunicación en general.
- Se recomienda a la empresa de televisión, Fox Guatemala establecer un perfil profesional, basado en la educación superior preferiblemente con estudios en Comunicación. De esta manera se puede optimizar el tiempo de capacitación de un *Log Editor* nuevo ya que se garantiza que la persona posee los conocimientos básicos en tema de medios, comunicación y publicidad. De la misma forma debe tener conocimiento sobre edición de audio y video y las aptitudes o competencias del dominio del lenguaje gráfico.
- Se recomienda realizar una auditoria diaria sobre las parrillas de programación para garantizar la calidad de la programación de los *Log Editors* para evitar la mala ejecución en la programación que generaría un impacto negativo importante dentro de la empresa no solamente en términos monetarios sino también impacta el rating o índice de audiencia.

- A los comunicadores sociales y personas que se dediquen al estudio de la comunicación, se recomienda continuar con la línea de investigación relacionadas a los *Log Editors*, estructuras de programación de parrillas televisivas y legislación en materia de programas televisivos con el fin de enriquecer los temas mencionados y aplicarlos a televisoras nacionales e internacionales establecidas en Guatemala.

Referencias

Alfaro, C. (s.f.). *Análisis y Rediseño del Proceso de Programación en Canal 13*. Chile: Universidad de Chile.

Alvarado, M. d. (28 de Diciembre de 2007). *Televisión*. En U. d. Sevilla. España: Facultad de Comunicación. Obtenido de Importancia.org: <https://www.importancia.org/television.php>

Arias-Gómez, J. (2016). *El protocolo de investigación III: la población de estudio*. México: Revista Alergia México, vol. 63, núm. 2.

Arnanz, C. M. (2002). *Negocios de televisión*. Barcelona: Gedisa.

BBVA Fundéu. (2013). *Rating es 'índice de audiencia' y share, 'cuota de pantalla'*.

Berlo, D. (1984). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: Editorial El Ateneo.

Cardona, H. (2009). *Estudio del programa A Fondo transmitido por Guatevisión y la aceptación de la teleaudiencia*. Guatemala.

Carrera, M. (2014). *Programa de televisión como medio para difundir valores en los guatemaltecos*.

Castillo, M. L. (2016). *La pauta publicitaria*.

Contreras, J. M. (2001). *La programación televisiva*. Editorial Síntesis.

Diccionario de Ciencias de la Educación, V. 1. (1983). Definición de Entrevista. México: Santillana.

Domínguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. México: Resd Tercer Milenio. S.C

Fernández, J. (16 de Agosto de 2020). *¿Cómo se compra la publicidad en televisión?* Obtenido de Jaime Fernández: <http://www.jaimefernandez.com/%C2%BFcomo-se-compra-la-publicidad-en-television/>

Flores, A. (2016). *Funciones de los medios de comunicación*. Obtenido de Slide Share:<https://es.slideshare.net/AlissonFlores2/funcin-de-los-medios-de-comunicacin>

Giraldo, V. (2019). *Publicidad*.

Gortari, S. F. (1998). *Hacia una comunicación administrativa integral*. México: Editorial Trillas.

Interiano, C. (1987). *Semiología y Comunicación*. Guatemala: Centro de Estudios de Ciencias de la Comunicación.

Kotler, P. y. (2008). *Fundamentos de Marketing 6ta*. Edición. México: Editorial Pearson-Prentice Hall.

Lara, I. F. (2019). *Marketing Digital: Qué es una pauta y dónde pautar*.

López, P. (07 de Octubre de 2016). Prezi. Obtenido de https://prezi.com/n_tpsivqfrhv/television-como-soporte-publicitario/

Manterola, T. O. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*.

Martínez, H. (2009). *La semana de TV*. Guatemala.

Mejía, E. M. (2005). *Técnicas e Instrumentos de Investigación*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Ministerio de Trabajo (1977). *Ordenanza Laboral de Trabajo para Radiotelevisión Española*.

Morales, C. (2001). *Proceso de producción del programa Nuestro Mundo por la mañana de canal 7*. Guatemala.

Quecedo, R. (2002). *Introducción a la metodología de investigación cualitativa. En n. 1. Revista de Psicodidáctica*. España: Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.

Raffino, M. E. (16 de Agosto de 2020). *Medios de comunicación*. Obtenido de Concepto.de: <https://concepto.de/medios-de-comunicacion/>

Ramírez, M (2007). *La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad: el caso de la radio y televisión de Andalucía, España*. España.

Rodríguez Jiménez, A. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. Bogotá: Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 82.

Rodríguez, R. J. (1996). *Teoría Básica del Muestreo*. Buenos Aires.

Rojas Crotte, I. R. (2011). *Elementos para el diseño de técnicas de investigación: Una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.

Sandoval, C. (1990) *Enfoques y modalidades de investigación cualitativa*.

Sandoval, C. G.-G. (1990). *Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica*. San José: Escuela de ciencias de la comunicación.

Sofres. (1993). *Anuarios de Audiencias de Televisión*.

Tabernerero, Higuera, Median, Pérez, & Orihuela, (1997). *Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España*. Pamplona: Eunsa.

Ucha, F. (2011). *Definición de Spots*.

Vaca, R. (1997). *Quién manda en el Mando*. Visor.

Villalba, J. M. (2015). *Análisis y tratamiento de las audiencias televisivas y su realidad en "Andalucía directo" de canal sur TV*. Sevilla.

Villar, E. d. (1990). *Metodología de la Investigación: Bibliográfica archivística y documental*. México: Editorial McGraw Hill.

Robson, C. (2003). *Real World Research: A Resource for Social Scientists and Practitioner-Researchers*. Oxford: Blackwell Publishing.

Anexos

Anexo 1 Guía de entrevista

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencia de la Comunicación

Enero 2020



La presente entrevista forma parte de la recolección de datos e información para la tesis “Organización y funciones del departamento de *LOG EDITORS* en Fox Guatemala”.

Gracias por responder con objetividad y según su percepción del tema. Dudas sobre la investigación comunicarse al siguiente correo electrónico luis.e.p.94@hotmail.com. Las respuestas serán utilizadas con fines de investigación académica.

El tiempo de la interacción y diálogo con el entrevistado es de aproximadamente 30 A 45 minutos.

Datos del entrevistado:

Nombre: _____

Puesto en el que labora: _____

Tiempo laborando en Fox Guatemala: _____

Temas a abordar:

1. Cualidades y capacidades de un *Log editor*.
2. Principales funciones de un *Log Editor*.
3. Retos que afronta un *Log Editor*.
4. Objetivos del departamento de *Log Editors*.
5. Metodología del departamento de *Log Editors*.
6. Cambios en los roles de los *Log Editor* con el paso del tiempo.
7. Oportunidades de mejora de un *Log Editor* o el Departamento de *Log Editors*.
8. Desarrollo de los *Log Editors* en la televisión guatemalteca.
9. Impacto del trabajo de los *Log Editors* dentro de la televisión.
10. Influencia de los *Log Editors* en la sociedad guatemalteca.

Anexo 2 Guía de observación

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencia de la Comunicación
Enero 2020



GUÍA DE OBSERVACIÓN

La presente guía de observación forma parte de la recolección de datos e información para la tesis
“Organización y funciones del departamento de *LOG EDITORS* en Fox Guatemala”.

- **Características del Entorno**
 - Delimitación del Espacio
 - Instalaciones y Equipamiento
 - Como está Organizado el Departamento (Jerarquía)

- **Características de los *Log Editors***
 - Profesión del personal
 - Edad del personal
 - Cualidades y capacidades del personal

Anexo 3 Entrevistas

Entrevista 1

Nombre: Antonio Escobedo

Puesto en el que labora: Gerente de Tráfico

Tiempo laborando en Fox Network Guatemala: 11 años

1. Cualidades y capacidades de un *Log Editor*

“Algo muy importante que siempre buscamos es una persona que pueda manejar la monotonía durante todos los días, alguien que pueda estar con nosotros como *Log Editor* aproximadamente 3 años porque es más o menos lo que tratamos de buscar. Obviamente una persona que tenga todos los valores éticos los cuales nos formaron y nos educaron en casa y establecimientos educativos, además una persona que tenga mucha paciencia y énfasis en trabajo en equipo, que pueda ayudar a los demás departamentos a estar adaptados al cambio ya que muchas veces tenemos cambios inmediatos durante el día y eso también puede llegar afectar a la programación diaria. Buscamos alguien que tenga ese espíritu de autoayuda porque es importante que cada uno se vaya creando sus metas y vaya creando su trabajo diario, con mucho carácter para decir “NO” y obviamente estar apto al cambio de la programación del día a día”.

2. Principales funciones de un *Log Editor*

“Una de las principales funciones que tiene un *Log Editor* es el ingreso de las pautas, comerciales en el día a día, esto quiere mucho cuidado ya que obviamente queremos cuidar a nuestro cliente y también los televidentes. Existen reglas internas que se deben de cumplir para la colocación de la pauta comercial, la pauta de promocionales del canal y la compensación diaria siempre cuidando la calidad del trabajo, ya que se tiene la responsabilidad de emitir no solamente emitir a un par de televidentes sino a muchos lugares de Latinoamérica dependiendo del canal y tenemos un impacto muy grande en cada uno de ellos”.

3. Retos que afronta un *Log Editor*

“Totalmente, creo que en la televisión es algo complejo poder decir “no van a haber cambios” siempre nosotros vamos adelante tratando de dejar nuestro trabajo un día antes de cuándo se va a emitir, pero durante el día pueden existir cambios tanto para el día siguiente como para el que está al aire, por algún evento catastrófico en Latinoamérica, suceso grande en el mundo, por el fallecimiento de un personaje público importante y de impacto lo cual también necesitamos hacer un cambio de programación, cambio de publicidad o baja de publicidad e ingreso de publicidad. Siempre tratando de cubrir ciertos parámetros de lo que está sucediendo si se puede dejar para el siguiente día genial, si es algo de impacto sería un cambio inmediato”

4. Objetivos del departamento de *Log Editors*

“Si, uno de los objetivos es tener la mayor calidad y desempeño en el trabajo diario, el mayor objetivo es no tener errores es un poco complejo porque vemos tanto contenido en las 24 horas que a veces es de humanos tener un error en algún canal, pero siempre se trata de hacerlo correctamente en todos los programas.

Por otro lado otro de los objetivos es incrementar el *revenue* [ingresos monetarios] al incluir los comerciales. Tenemos un impacto grande y es importante tener en cuenta que puede llegar a impactar a la empresa completa si el *revenue* no es el adecuado y si tenemos un falla importante en la programación vamos a tener un impacto en el rating [índice de audiencia]”.

5. Metodología del departamento de *Log Editors*

“Sí existe un metodología y las más importante que tenemos nosotros es una capacitación desde el primer momento con alguien que te apoye todos los días y también siempre respaldado por un manual que explica cuál es la labor del *Log Editor* y los pasos a seguir, obviamente no están fácil para decirte les doy el manual y ya están capacitados, es un proceso de dos semanas el cual van aprendiendo paso a paso y se da en un principio un log [parrilla de programación] o un canal sencillo hasta un log más complicado el cual es el que se va a quedar encargado la persona de la señal. Es un proceso de dos semanas a un

mes y en ese tiempo ya sabemos si alguien va a funcionar bien en la plaza o va a tener algunos problemas o en algunos pocos casos si uno realmente no está apto para la plaza”.

6. Cambios en los roles de los *Log Editor* con el paso del tiempo

“Durante todo este tiempo han cambiado los roles de los *Log Editors*, cuando yo empecé nosotros nos encargábamos de la elaboración de los breaks [descansos], la colocación de los promocionales, también tendríamos la implementación de la compensación diaria de las 24 horas de cada canal y eso es lo importante tener todo el día cuadrado y exacto. Se colocaba las versiones de los programas cosa que al día de hoy cuando se cambió sistema es labor del área de Break Ops y eso fue el impacto mayor que tuvo el *Log Editor*.

Luego los promocionales pasaron al área de Promo Ops este departamento se dedicó solamente a seguir las estrategias de las promos que necesitamos anunciar y obviamente ahora nosotros solo nos quedamos con las ventas y con la compensación diaria y antes solamente por *Log Editor* se trabajaba un canal y ahora cada uno tiene tres canales con su respectiva dificultad”.

7. Oportunidades de mejora de un *Log Editor* o el Departamento de *Log Editors*

“Si, justamente llegamos a ese tema que cuando cambiamos de sistema fue un poco complejo porque no estaban acostumbrados a cantidad el sistema no estaba 100% funcional, entonces hubo un poco de choque.

Una ventaja que tuvimos es cambiarlos de departamentos como crecimiento porque para nosotros es muy importante que las personas que están alrededor de tráfico tengan un conocimiento básico el cual te ayuda a realizar las tareas de cada uno de esos departamentos, algunos chicos pasaron al departamento de Sales Ops que es la encargada de carga de comerciales, otros al área de Promo Ops o al equipo de Break Ops. Obviamente el conocimiento que ya traen de nuestra área fue fundamental para que ellos se adaptaran más fácilmente.

Hemos tenido la oportunidad de ver a otros compañeros de equipo crecer hacia otros departamentos a sistemas, marketing y eso me da una satisfacción muy grande por cada uno de ellos porque sé que siempre van a dar lo mejor de sí, entonces las oportunidades cuando

se dan hay que aprovecharlas y nosotros no le cerramos las puertas a que tengas esa libertad de seguir creciendo”.

8. Desarrollo de los *Log Editors* en la televisión guatemalteca

“El desarrollo en la televisión guatemalteca puede ser muy grande, Fox trae muchas ideas frescas, ideas optimizadas las cuales nos puede llegar a que si alguno de los chicos llega a la televisión en nuestro país pueda hacer un cambio drástico. Necesitamos el apoyo de las empresas como tal una inversión ya que no nos podemos quedar en el pasado teniendo los mismos sistemas se tendría que comprar sistemas nuevos, equipo nuevo, etc.”.

9. Impacto del trabajo de los *Log Editors* dentro de la televisión

“El impacto de los *Log Editors* en la televisión creo que cada uno puede lograr un impacto importante si está en el medio, tenemos muchos conocimientos los cuales en Guatemala se ve que no lo tienen aún, se tiene una base, pero no está la idea aplicada y generar este cambio o impacto que ellos necesitan para que nuestra televisión también sea mejor vista a nivel nacional porque al día de hoy está muy deficiente y puede llegar a mejorar”.

10. Influencia de los *Log Editors* en la sociedad guatemalteca

“Estoy totalmente de acuerdo, la sociedad guatemalteca necesita de gente con muchos valores, educación que sepa que es trabajar en equipo Guatemala necesita ese cambio, cada puesto que tenemos es muy importante en el país nadie es más que nadie, alguien como desde un puesto muy abajo puede generar un cambio enorme para el país si tiene el pensamiento correcto de hacer el cambio positivo, cada *Log Editor* vale oro es una persona increíble que generar cambios le da un despertar a cada persona y Guatemala necesita personas como la nuestra para una nueva generación o para el país”.

Entrevista 2

Nombre: José Eduardo Sagastume

Puesto en el que labora: Jefe de tráfico

Tiempo laborando en Fox Network Guatemala: 4 años

1. Cualidades y capacidades de un *Log Editor*

“Las cualidades principales que debe tener un *Log Editor* es ser una persona sumamente minuciosa, ya que nuestro trabajo se basa en detalles y existen muchas leyes de medios, criterios, reglas que debemos cumplir y que son normativas; muchas veces dependerá de nosotros poder cumplirlas no solo aquí en Guatemala sino que a nivel Latinoamérica y esto puede repercutir muchas veces en que no puedan cerrar un canal.

Otra cualidad sería tener mucho orden en el trabajo porque manejamos o tenemos el contacto con muchos departamentos aproximadamente con cinco o seis departamentos al día y debemos tener un contacto constante con ellos y debemos de mantenerlo para poder cumplir con cada uno de ellos lo que necesiten o soliciten”.

2. Principales funciones de un *Log Editor*

“La principal función y ahí se van derivando todas las demás es crear una transmisión de veinticuatro horas diarias, esta transmisión se basa en programas de televisión, comerciales y promos internas que son las que promocionan cada uno de nuestros canales y programas en específico, esto es importante y la función que deriva todo eso es poder colocar la pauta comercial como lo solicita el cliente ya que cada uno de ellos posee una estrategia ellos tienen especificaciones ya que lo pagan todo este tipo de cosas se le pasan a cada uno de los *Log Editors* y deben cumplirlas, estamos hablando que dependiendo de la señal o canal podemos llegar a tener hasta veinte clientes y también hay canales donde tenemos mucha pauta comercial que podemos llegar a tener hasta trescientos o cuatrocientos comerciales y casi cien clientes. Entonces, si es muy importante que cada uno tenga ese orden para que cada uno pueda cumplir con todas estas normas”.

3. Retos que afronta un *Log Editor*

“Creo rotundamente que el reto mayor es que manejamos y tenemos un trabajo constante con toda Latinoamérica, ya que trabajamos con personas en Argentina, Chile, Miami, México, Colombia, Venezuela y Perú y el poder manejar uno la comunicación, dos una comunicación efectiva y tres aún más importante que estas relaciones sean fuertes para poder confiar con estas personas creo que es el reto más grande ya que muchas veces es difícil generar un match con personas de manera presencial imagínate ahora haciéndolo por una video llamada o por correo con personas en otra parte del mundo, con una cultura distinta, con una forma de hablar distinta ese es el reto mayor y sobre todo hacer funcionar todos esos engranajes para cumplir con lo que nos piden”.

4. Objetivos del departamento de *Log Editors*

“El objetivo principal es obtener y crear cada una de las señales que tenemos a nuestro cargo en este momento tenemos veinticuatro canales derivadas de FOX, FX, NG, FOX LIFE, CINE CANAL Y FX MOVIES estén al 100%. Cada una de estas señales que salen al día a día se cumplan las leyes de medios de cada región, otro de los objetivos es cumplir con las estrategias comerciales que nos solicitan los clientes, otra de ellas es poder con nuestra calidad de transmisión generar un mejor rating y que las personas puedan comprender y el alcance sea más fuerte con las estrategias que nosotros podemos ejecutar cuando realizamos un log. Esos serían los objetivos principales y aún este sería como un complemento, siempre se busca que existan cero errores ya que somos humanos y en algún momento podemos fallar y esto a veces es un poco subjetivo, idealmente es poseer cero errores con cuestiones como creación de log porque es nos hace tener una mejor calidad”.

5. Metodología del departamento de *Log Editors*

“Anteriormente se trabajaba en un sistema y hace un año y medio se decidió cambiarlo a otro sistema el cual optimizamos procesos. Se creó un manual desde cero donde cada uno de los pasos específicos se explica y cada cierto tiempo ese fue mi trabajo el poder revisar y optimizar procesos para agilizar el cierre de los logs, facilitar el trabajo de los *Log Editors* y constantemente este tipo de cambios se han hecho dentro del manual porque se busca

siempre aumentar la calidad del trabajo y una de mis atribuciones es poder capacitar a los nuevos *Log Editors* con el manual que yo realicé”.

6. Cambios en los roles de los *Log Editor* con el paso del tiempo

“Es mínimo los cambios en los roles para ser sincero, como puesto es muy corto poder avanzar dentro del mismo. Lo que nosotros buscamos es que ellos puedan aprender otro tipo de trabajo que los jefes o los superiores hacemos para que ellos puedan en algún momento puedan solucionar sus problemas de una manera más sencilla. Como tal no existe un cambio de rol si no es más interno entre nosotros explicarles el poder mostrarles una ampliación en su conocimiento para que ellos puedan complementarlo con lo que hacen día a día”.

7. Oportunidades de mejora de un *Log Editor* o el Departamento de *Log Editors*

“Te comento que sí hay un proceso de mejora ya que hay muchos departamentos que están unidos con el mismo y se posee un proceso el cual ellos pueden aprender muchas cosas dentro del trabajo que realizan todos los días y se busca que ellos puedan pasar a otros departamentos y crecer.

En lo personal puedo decirte que yo empecé como un *Log Editor* trabaje más o menos diez meses como un *Log Editor* en el cual mi jefe vio muchas cualidades y aptitudes y poder optar a ser un jefe, luego ya poseía a diez personas bajo mi cargo ya no hacía solo un trabajo operacional si no más administrativo y gerencial. Tengo mayor contacto con otros departamentos con el cual toda la base que te da un *Log Editor* es mucha e importante, incluso dentro de nosotros los jefes se habla que uno de los puestos más completos es ser un *Log Editor* ya que manejamos información de todos los departamentos y los demás departamentos solo trabajan en ellos en específico.

Cuando yo entré de todas las personas de las diez que éramos yo fui el último que quedo, las otras nueve fueron promovidas a otros departamentos con lo que fue muy exitoso el proceso que se intentó llevar porque yo vi crecer a muchos compañeros de trabajo de manera personal y profesional”.

8. Desarrollo de *Log Editors* en la televisión guatemalteca

“Creo que la verdad es que desconozco y seré muy sincero como estarán trabajando hoy en día los *Log Editors* en la televisión guatemalteca, pero la forma en como nosotros lo trabajamos de una forma tan estratégica lo que se busca es darles un criterio y hoy en día si ellos en algún momento se les da la oportunidad de trabajar en una televisión guatemalteca el impacto sería muy fuerte. El desarrollo, análisis y de criterio que podría ayudar muchas veces a mejorar la calidad, ya que no es un secreto que los canales nacionales o incluso otros que son producidos acá en Guatemala la calidad es muy pobre, en producción en contenido y estrategia. Nosotros podríamos aportar mucho a este tipo de empresas y poder desarrollar o complementarlos”.

9. Impacto del trabajo de los *Log Editors* dentro de la televisión.

“El conocimiento que nosotros poseemos es importante.

Uno de los comentarios que se hacía dentro de nosotros era que cuando uno comenzaba a realizar logs no volvía a ver la televisión de la misma manera, uno tiene que tener un mayor cuidado de ver las cosas y se vuelve una persona crítica, no solo con los canales de FOX, si no canales como TNT, WARNER, ESPN que en su momento es nuestra competencia, uno si genera un criterio diferente para poder darse cuenta que podría hacer las cosas mejor.

Los *Log Editors* son estrategas y personas que hacen acción y saben cómo hacerlo para que este impacto sea eficiente. El impacto que manejamos es grandísimo porque una persona es encargada de una señal que es transmitida a todo un país, personas que trabajan señales de México no tengo el dato exacto pero son más de ciento veinte millones de personas que muchas veces se tenía el rating del 10% en algunos programas, estamos hablando que las señales que una personas un *Log Editor* realiza en Guatemala está llegando a más de diez millones de personas en México, entonces la importancia de todo esto es grande el manejar leyes que son muy pesadas y que pueden llegar hasta cerrar un canal, entonces el impacto que genera un *Log Editor* dentro de una empresa de televisión o de contenido es muy importante porque son las personas que manejan cada uno de los detalles, desde una estrategia hasta la ejecución de la misma”.

10. Influencia de los *Log Editors* en la sociedad guatemalteca

“Si, es importante ya que la influencia de los mismos no va a ser de que ellos digan que hacer porque esto es otro trabajo, pero la influencia en la sociedad guatemalteca se puede ver de trasfondo en las señales que nosotros trabajamos, se conoce la calidad y el criterio de cada uno de las personas cuando ve, la transmisión que cada uno creó e ingresó, cada uno tiene su estilo, hay cosas básicas y hay una base establecida más creo que también cada uno le da su toque y creo que ahí nosotros podemos influenciar implícitamente a la sociedad guatemalteca, sobre todo en temas comerciales, dependiendo de cómo yo coloco un comercial, en qué posición lo coloque, en que programa sea establecido, así voy a poder influencia a una sociedad guatemalteca”.

Entrevista 3

Nombre: Alejandra Castillo

Puesto en el que labora: *Log Editor*

Tiempo laborando en Fox Network Guatemala: 3 años

1. Cualidades y capacidades de un *Log Editor*

“Creo que principalmente una de las cualidades es la capacidad de análisis, la organización y el trabajo en equipo ya que trabajamos con diferentes departamentos, no solo es el departamento de los *Log Editors*, sino también dependemos del trabajo de otros también para poder realizar de forma adecuada la elaboración de un log que es la programación que vemos diariamente en la televisión”.

2. Principales funciones de un *Log Editor*

“La principal función es ingresar los comerciales o la pauta comercial y promocional que tiene el canal en todas las señales que tenemos designados, pero también tenemos que estar pendientes de las especificaciones que los clientes de ciertas marcas pidan, por ejemplo, algunos son marca de telefonía, piden salir en la primera posición o que sea el primer comercial

que sale en la tanda de los anuncios. Entonces tenemos que estar pendientes de velar eso, que no haya dos marcas de perfumes juntos en un corte comercial, si se va a estrenar algún programa hay ciertas promociones que se deben de dejar para que se cumplan cierta cantidad de pautas para cumplir con la estrategia que otro departamento tiene y no afectar la venta ni los comerciales”.

3. Retos que afronta un *Log Editor*

“En lo personal estuve trabajando con señales de Argentina y México y estos dos países tienen muy estrictas ciertas normas, por ejemplo no pueden haber comerciales de comida chatarra en el horario matutino porque es el horario donde los niños ven la televisión o no puede pasarse de una hora de comerciales son ciertas especificaciones legales que nosotros tenemos que estar pendientes y si se llega a cumplir con la hora de comerciales y todavía hay por ingresar nosotros mandamos una notificación para ver de qué manera se pueden recomendar esos comerciales y tal vez pedir un permiso para poder pasarse del tiempo estipulado y cumplir con todas las normas”.

4. Objetivos del departamento de *Log Editors*

“Creo que el principal objetivo es colocar toda la pauta comercial posible cumpliendo con lo que el canal pida y ser organizados para poder lograr todas las metas que nos hemos propuesto dependiendo de cada canal o señal”.

5. Metodología del departamento de *Log Editors*

“Sí, mi capacitadora se llamó Tamara cuando yo ingresé a Fox ella ya llevaba 4 años trabajando en la empresa, entonces fue la persona asignada para poderme enseñar cómo se utilizaba el sistema, los comandos que se tenían que utilizar, las reglas o normas que habían en cada país, la manera de interpretar, si había algún problema con quien comunicarme de forma más directa y contábamos con un manual que era muy gráfico y específico donde decía todo paso por paso de cómo realizar un log y el ingreso de comerciales”.

6. Cambios en los roles de los *Log Editor* con el paso del tiempo

“Sí, cuando yo entré mi jefe nos comentaba que hacía varios años ellos eran los encargados de ingresar promociones, comerciales, promos, básicamente de realizar todo el log y armar la programación, luego se fue haciendo la transición llegando al punto donde está el departamento de promociones, de cortes, promos y nosotros que somos el departamento de tráfico que somos los encargados del ingreso de la pauta comercial”.

7. Oportunidades de mejora de un *Log Editor* o el Departamento de *Log Editors*

“Sí, creo que como en todas en cualquier trabajo todos podríamos mejorar ciertas actividades que tenemos, ahorita tengo presente que hay ciertas funciones digamos que no nos competen a nosotros como departamento sabemos hacerlas y el departamento encargado no las hace y hay que tener mucho cuidado con eso”.

8. Desarrollo de los *Log Editors* en la televisión guatemalteca

“Por supuesto, como nosotros somos los encargados de armar todo el log o toda la programación del día, somos el ultimo filtro y vemos que programas están pautados, que comerciales van y creo que depende de cómo hagamos nuestro trabajo y hacerlos bien de manera positiva en todas las personas que están viendo la televisión y nuestros canales”.

9. Impacto del trabajo de los *Log Editors* dentro de la televisión

“Si, dependiendo de cómo nosotros lo realicemos cada día la programación, como empresa nos beneficia que lo hagamos bien para poder obtener más televidentes, más audiencia e impactar de manera positiva a los niños que están viendo ciertos programas que son para ellos que les llame la atención y de esa manera poder ser mejores personas”.

10. Influencia de los *Log Editors* en la sociedad guatemalteca

“Creo que va muy de la mano con lo que preguntabas antes, depende de que tanto vea la genta la televisión es un medio bastante influyente y creo que si nosotros pautamos correctamente cierta programación o las promociones del canal podríamos nosotros tener mejoras en la sociedad, imagínate que hay que campañas del medio ambiente salen nuestros canales y el

televidente lo está viendo y obviamente vamos hacer conciencia sobre cuidar el medio ambiente y la gente lo va a realizar y es a través de nosotros y nuestra programación”.

Anexo 4 Ejemplo de dekos



Este deko corresponde a las siglas “NM” que se refieren “No Molestar”. Principalmente este logo se encuentra en el horario nocturno para el programa de Los Simpsons y Futurama.



Este deko es un recordatorio de cuenta regresiva sobre el inicio del programa Prison Break para que los televidentes estén al tanto del inicio.



Este deko tiene como fin invitar a los televidentes a descargar la aplicación de Fox Play, donde se puede sintonizar todas las series y películas desde dispositivos móviles.



Este deko que indica el programa que viene después del se está sintonizando, lo cual permite que los televidentes puedan continuar sintonizando la programación.

Anexo 5 Glosario de Palabras

- **Batering:** De acuerdo a (García, 2018), el bateting se refiere a la acción de marketing liderada por una organización que puede realizarse de distintas maneras. Puede ser produciendo una pieza no publicitaria que transmitirá un medio sin que la organización que lo promueve pague por la difusión, o bien facilitando productos que sirvan como reclamo con intención de captar la atención del público.
- **Gratuidad:** Según (Gardey, 2018), la gratuidad alude a la condición de gratuito
- **Gross Rating Points o GRP:** De acuerdo a (Lobo, 2008), son una unidad de medida utilizada en planificación publicitaria de medios y audiencia. Se trata de un término expresado en porcentaje, que mide el número de exposiciones de una pauta publicitaria por cada 100 personas del público objetivo.
- **Rating:** Según (BBVA Fundéu, 2013), es una medida de audiencia que estima el porcentaje de hogares o espectadores que están viendo un programa de televisión y con respecto al total que tiene encendido su televisor durante la emisión.
- **Spots:** De acuerdo a (Ucha, 2011), es aquel espacio publicitario que aparece en cine o en televisión.
- **Talk Shows:** Según (González, 2012), es un programa de televisión centrado en escuchar la opinión de uno o varios invitados, a veces en formato de debate.

Anexo 6 Fichas Bibliográficas

No.	Título	Autores	Referencia	Formato	Síntesis y o Conclusiones
1.	Proceso de producción del programa Nuestro Mundo por la mañana de canal 7.	(Morales Carlos, 2001)	(Morales,Carlos, 2001) PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAM NUESTRO MUNDO POR LA MAÑANA DE CANAL 7. Recuperado de: http://www.repositorio.usac.edu.gt/1494/1/16_0937.pdf	PDF Artículo Científico	Se describe el desarrollo de una emisión. Además se describe a quienes participan como recurso humano y a la vez se conviertan en el engranaje de una maquinaria audiovisual cuyo trabajo final sale al aire en la pantalla de un televisor.
2.	Estudio del programa A Fondo transmitido por Guatevisión y la aceptación de la teleaudiencia.	(Cardona Héctor, 2009)	(Cardona Héctor, 2009) ESTUDIO DEL PROGRAMA A FONDO TRANSMITIDO POR GUATEVISIÓN Y LA ACEPTACIÓN DE LA TELEAUDIENCIA. GUATEMALA. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0656.pdf	PDF Artículo Científico	Se describe como se realiza el programa, cuál es su estructura, que reportajes importantes se han presentado y que opina el público de los mismos.
3.	Programa de televisión como medio para difundir valores en los guatemaltecos.	(Carrera, María, 2014)	Carrera, María, 2014) PROGRAMA DE TELEVISIÓN COMO MEDIO PARA DIFUNDIR VALORES EN LOS GUATEMALTECOS. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1255.pdf	PDF Artículo Científico	El autor llega a la conclusión que en la actualidad no existe un programa dirigido a los preadolescentes con el fin de promover valores, los encuestados están interesados en el programa propuesto, ya que además de entretener, de mostrar diversión, enseña y ayuda a la convivencia familiar.

4.	La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad: el caso de la radio y televisión de Andalucía, España.	(Ramírez, María, 2007)	(Ramírez, María, 2007) LA IMPORTANCIA DE LA TELEVISIÓN COMO ESPACIO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA SOCIEDAD: EL CASO DE LA RADIO Y TELEVISIÓN DE ANDALUCÍA, ESPAÑA. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/28209356_La_importancia_de_la_televisión_como_espacio_para_la_construcción_de_la_sociedad_el_caso_de_la_radio_y_televisión_de_Andalucía_España	PDF Artículo Científico	Los debates acerca de la televisión se han centrado en posturas que la presentan como promotora del conocimiento, agente educativo, eje del entretenimiento, portadora de valores, dispositivo de violencia, narcótico. Sin embargo, es indudable el valor de la televisión para influir en el funcionamiento de las sociedades. A propósito de esta importancia del medio televisivo en el desarrollo económico-cultural de las regiones, se abordará como ejemplo el caso de la televisión pública en el contexto de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
5.	Hacia una comunicación administrativa integral.	(Gortari, Sergio 1998)	(Gortari, Sergio 1998) HACIA UNA COMUNICACIÓN ADMINISTRATIVA INTEGRAL.	Libro	Ubica al sujeto en un marco auténtico y real para sensibilizarlo y prepararlo a fin de que pueda adentrarse en el estudio de áreas interdisciplinarias, ya que el conocimiento del fenómeno de la comunicación constituye en sí una tarea que conjuga varias ramas del saber humano.
6.	El proceso de la comunicación.	(Berlo, David, 1984)	(Berlo, David, 1984) EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN.	Libro	Este libro es prácticamente un tratado de la Comunicación Humana. Constituye un análisis profundo de las características del proceso de comunicación tanto interpersonal, como masivo.

					En uno de los primeros capítulos David Berlo sintetiza y describe claramente los componentes del modelo o proceso de comunicación (Fuente, codificador, mensaje, canal, decodificador, receptor...) Este modelo o proceso se aplica perfectamente a las comunicaciones comerciales que incluyen también a la actividad publicitaria.
7.	Semiología y Comunicación. Guatemala: Centro de Estudios de Ciencias de la Comunicación.	(Interiano, Carlos, 1987)	(Interiano, Carlos, 1987) SEMIOLOGÍA Y COMUNICACIÓN. GUATEMALA: CENTRO DE ESTUDIOS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN. Recuperado de: http://www.biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07_0824.pdf	PDF Artículo Científico	Este documento aborda temas de la comunicación personal entre docentes y estudiantes dentro y fuera del aula, entre estudiantes dentro y fuera del aula y entre docentes de las carreras que imparte CUNSUROC, sobre la base del proceso educativo y de acuerdo a las categorías de relaciones.
8.	Inventario de los medios de comunicación en Costa Rica.	(Sandoval, Carlos y Al-Ghassani, Anwar Al-Ghassani, 1990)	(Sandoval, Carlos García y Al-Ghassani, 1990) INVENTARIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN COSTA RICA.	PDF Libro	Este documento presenta un análisis general del que hacer comunicativo en Costa Rica y pretende ser una forma de acercarse a un mejor entendimiento del futuro de esta área y la profesión.
9.	La programación televisiva.	(Contreras, José, 2001)	(Contreras, José, 2001) LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA.	Libro	Este libro tiene como finalidad dotar al profesional de la televisión de las herramientas necesarias para conocer cómo ajustar la oferta de contenidos y servicios a la demanda de los públicos, no sólo

					para atraer el máximo de público posible, sino para mantenerlo y conseguir su fidelidad.
10.	Análisis y Rediseño del Proceso de Programación en Canal 13.	(Alfaro, Carlos, s.f)	(Alfaro, Carlos, s.f) ANÁLISIS Y REDISEÑO DEL PROCESO DE PROGRAMACIÓN EN CANAL 13. Recuperado de: http://www.obarros.cl/documentos/in71j-tv13-%20Alfaro-Salvatore.pdf	PDF Artículo Científico	Este documento explica el trabajo realizado en vista del estudio, formalización, optimización y eventual automatización de procesos relacionados con la programación del Canal 13 de TV.
11.	Negocios de televisión.	(Arnanz, Carlos, 2002)	(Arnanz, Carlos, 2002) NEGOCIOS DE TELEVISIÓN.	Libro	Esta obra revisa los esquemas tradicionales de financiación de los medios, ofrece una prospección de los futuros mecanismos económicos de la televisión digital y propone algunas clasificaciones para comprender los nuevos significados de los contenidos tradicionales, los servicios de valor añadido y las relaciones tecnológicas con los usuarios. También aporta algunas ideas sobre la medición de las audiencias digitales en un sistema complejo donde los conocimientos y herramientas privados comienzan a disputar el territorio a los viejos procedimientos sindicados.
12.	Ordenanza Laboral de Trabajo para	(Ministerio de Trabajo, 1977)	(Ministerio de Trabajo, 1977) ORDENANZA LABORAL DE TRABAJO PARA	PDF Artículo Científico	Ordenanza Laboral de Trabajo en Prensa, propuesta por la Dirección General de Trabajo, previos los informes y asesoramientos

	Radiotelevisión Española.		RADIOTELEVISIÓN ESPAÑOLA. Recuperado de: https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1977-30894&a=a&orden=conte#refpost		solicitados, de acuerdo con lo previsto en el artículo 9.º de la Ley de 16 de octubre de 1942, y en uso de las facultades que le confiere el artículo 1.º de la citada Ley.
13.	Análisis y tratamiento de las audiencias televisivas y su realidad en "Andalucía directo" de canal sur TV.	(Villalba, Jeronimo, 2015)	(Villalba, Jeronimo, 2015) ANÁLISIS Y TRATAMIENTO DE LAS AUDIENCIAS TELEVISIVAS Y SU REALIDAD EN "ANDALUCÍA DIRECTO" DE CANAL SUR TV. Recuperado de: https://idus.us.es/handle/11441/39742	PDF Artículo Científico	Es una investigación sobre el resultado de un programa de televisión basado en la aceptación de la audiencia. También se establecen algunos conceptos básicos comenzando por el análisis de la televisión, su historia, su aparición en España, el posterior nacimiento de las televisiones autonómicas y el nacimiento de la industria audiovisual en Andalucía. De la misma forma se realiza el análisis del audímetro, el panel de audímetros en España, la historia sobre el audímetro y el valor de medir las audiencias y la repercusión directa en la programación.
14.	Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España.	(Taberero, Higuera, Median, Pérez, & Orihuela, 1997)	(Taberero, Higuera, Median, Pérez, & Orihuela, 1997) ESTRATEGIAS DE MARKETING DE LAS EMPRESAS DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA.	Libro	El objetivo de este artículo es profundizar en el caso de Canal Plus España como primer modelo de televisión de pago, y concretar en la lógica programática deportiva que desarrolló, explicar qué estrategias utilizó para atraer nuevos suscriptores, qué contenidos deportivos y tipo de

					programas, y cuál fue su tratamiento formal diferenciador para generar una nueva experiencia televisiva para el espectador.
15.	Marketing Digital: Qué es una pauta y dónde pautar.	(Lara, Ivan, 2019)	(Lara, Ivan, 2019) MARKETING DIGITAL: QUÉ ES UNA PAUTA Y DÓNDE PAUTAR. Recuperado de: https://ivanfernandezdelara.com/marketing-digital-que-es-una-pauta-y-donde-pautar/	Página Web	Esta publicación da información sobre qué es una pauta y dónde debes utilizarlas. Las pautas han tomado mucha fuerza dentro de las redes sociales y buscadores. Una campaña de pautas exitosa es súper importante para aumentar las ventas y visitas en un sitio web.