

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

**“PROGRAMA JUVENIL TVEO EN EL RECREO, TRANSMITIDO POR
GUATEVISIÓN EN EL PERIODO DE 2010 A 2012”**

FEDERICO ANTONIO MORALES RUIZ

Guatemala, febrero de 2023

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

**“PROGRAMA JUVENIL TVEO EN EL RECREO, TRANSMITIDO POR
GUATEVISIÓN EN EL PERIODO DE 2010 A 2012”**

Trabajo de Tesis presentado por:

**FEDERICO ANTONIO MORALES RUIZ
CARNE: 200517260**

Previo a optar al Título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor de Tesis:

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Guatemala, febrero de 2023

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

Director

Licenciando César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representante Docente

M.A. Silvia Regina Miranda López
PhD Marco Julio Ochoa España

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López
Gerardo Iván Porres Bonilla

Representante Egresados

M Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Junta Examinadora

Lic. César Augusto Paiz Fernández, asesor-presidente.
PhD. Aracelly Krisanda Mérida González, lectora-examinadora vocal 1.
M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán, lector-examinador vocal 2.

Autorización Informe final de trabajo de grado por asesor (a) sin
recomendaciones de Junta examinadora

Guatemala, 25 de abril de 2023

PhD Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis
Escuela de ciencias de la comunicación
Edificio Bienestar Estudiantil
Ciudad Universitaria, zona

12Estimada PhD Mérida:

Me dirijo a usted para informarle que la Junta examinador no realizó recomendaciones al informe final de trabajo de grado de título: **Programa Juvenil Tveo en el Recreo, transmitido por Guatevisión en el periodo de 2010 a 2012** del estudiante Federico Antonio Morales Ruiz, Registro académico 200517260, Carné 2416 67569 0101. Por lo que procede continuar con el trámite respectivo.

Atentamente,

"Id y enseñad a
todos"



Asesor Lic. César Augusto Paiz
Fernández



Guatemala, 24 de abril de 2023
Orden de impresión
Ref. CG-Akmg- No. 0004-2023

Licenciado
Federico Antonio Morales Ruiz
Carné: 2416 67569 0101
Registro académico: 200517260
Escuela de Ciencias de la Comunicación Ciudad de Guatemala

Estimado Licenciado

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título Programa Juvenil Tveo en el Recreo, transmitido por Guatevisión en el periodo de 2010 a 2012. 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,

“Íd y enseñad a todos”



Vo.bo.Lic. César Augusto Paiz Fernández
Director ECC



PhD. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Grado

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

Índice

	Página
Resumen	i
Introducción	ii
 Capítulo 1	
Anotaciones preliminares	
1.1 Título del tema	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	3
1.4 Descripción y delimitación del tema	4
1.5 Objetivos	
1.5.1 General	
1.5.2 Específicos	4
 Capítulo 2	
Fundamentación teórica	
2.1 Teorías de comunicación (teoría del Framing)	
2.1.1 Antecedentes y fundamentos	
2.1.2 Concepto en términos de comunicación	
2.1.3 Influencia en los medios de comunicación	5
2.2 La televisión por cable en Guatemala	11
2.3 Canal de televisión	13
2.4 Producción de televisión	
2.4.1 Definición y descripción del proceso de producción	
2.4.2 Formatos de televisión	13
 Capítulo 3	
Informe Final	
3.1 Elementos y personas que intervienen en TVeó en el recreo	18
3.2 Programa juvenil TVeó en el recreo, transmitido por Guatevisión	25

3.3 Recomendaciones para ser parte de producción y conducción de un proyecto televisivo	37
Conclusión	50
Recomendaciones	51
Referencias bibliográficas	52
Egrafía	55

Resumen

El “Programa juvenil TVEO en el recreo, transmitido por Guatevisión en el periodo 2010 a 2012”, es una guía para el diseño, planificación y ejecución de un programa de Televisión en Guatemala. El presente trabajo es una monografía de experiencia, hecha con el objetivo principal de poder aportar ideas, consejos y recomendaciones desde una perspectiva personal, a todas esas personas que anhelan poder ingresar y pertenecer por primera vez a un canal, en algún proyecto televisivo.

Para elaborar la base teórica se realizó una investigación de tipo bibliográfica y documental, además del apoyo en diferentes páginas de internet (E-grafía).

La presente monografía es un trabajo realizado por el estudiante de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC), Federico Antonio Morales Ruiz, quien pertenece a la unidad académica de Escuela de Ciencias de la Comunicación (ECC).

La importancia de este tema, gira en torno a que en nuestro país fue el primer programa de televisión dirigido a jóvenes-adolescentes comprendidos entre las edades de 12 y 17 años. Llegando a cubrir todo tipo de actividad y evento de tipo escolar, realizando notas de diferentes temas a colegios e institutos de todo el país a su hora de recreo.

Como resultado de todo esto, en canal Guatevisión nacieron proyectos como lo fue la “franja juvenil” con programas dirigidos a una audiencia joven y fresca, con el único objetivo de satisfacer sus exigencias, gustos y necesidades de una forma sana e instructiva.

Y para ello la creación de un programa como Tveo en el Recreo, que cumple con esas exigencias en un mercado tan difícil como lo es el escolar en su adolescencia.

Introducción

En los últimos tiempos, los canales de televisión guatemalteca se han preocupado en el desarrollo político, social, económico, cultural e intelectual de nuestra sociedad. En la actualidad es distinto, ya que le han puesto mucho mayor énfasis a la juventud de nuestro país, esto debido a la inexistencia y carencia de programas de producción nacional que los pueda entretener y divertir sanamente.

Es por ello, que el presente trabajo de tesis trata sobre “El programa juvenil TVeo en el recreo transmitido por Guatevisión”, uno de los primeros programas que va enfocado a ese auditorio inexplorado y no explotado. Programa en el cual se tuvo una experiencia única, llevando la conducción y parte de la producción del mismo entre los años del 2010 al 2012.

Capítulo 1

Anotaciones Preliminares

1.1. Título del tema.

“Programa juvenil TVEO en el recreo, transmitido por Guatevisión en el periodo de 2010 a 2012”

1.2. Antecedentes

En la Escuela de Ciencias de la Comunicación existen tesis relacionadas con el canal donde se produce el programa, no así del programa que será objeto de esta monografía.

Para la elaboración del presente trabajo, se tomaron como referencia dos tesis de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, las cuales sirvieron como apoyo y antecedente en el desarrollo del mismo.

Sobre el canal Guatevisión existe la tesis de Luis Alfredo Polanco Vásquez (2011) “Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión”.

Es un estudio descriptivo, cualitativo y cuantitativo, que analiza la producción del programa, su contenido y los datos técnicos del mismo. Hace énfasis a los temas de la televisión como medio de comunicación, tipos de señales, producción televisiva nacional, así como la descripción de la propuesta de programa televisivo “¿Y vos qué onda?” y la amplia diversidad de programas y programación que ofrece canal Guatevisión en nuestro país. (Polanco, 2011, pp.4-5).

Para el estudio se realizó una investigación bibliográfica-documental, la encuesta y el cuestionario. Estas dos últimas aplicadas a estudiantes de segundo, tercero

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

Las principales conclusiones a las cuales llega Polanco (2011):

Son que actualmente no existe en la televisión nacional un programa de televisión dirigido al público adolescente, que además de entretenerlo, lo informe y eduque sobre temas acordes a su edad. Según Polanco, los adolescentes no se identifican con ningún programa emitido en televisión abierta ni el canal Guatevisión, es así como un 91% de los encuestados que cuentan con sistema de cable y el canal Guatevisión, si están anuentes a ver una propuesta televisiva diseñada para el público de su edad de acuerdo a sus gustos, necesidades e intereses. Y a un 65% de los encuestados les gustaría ser invitados al programa a debatir sobre temas propios de la adolescencia, y otro 55% quisiera mostrar su talento en televisión; lo cual da viabilidad al contenido del programa. (Polanco, 2011, p.113).

En cuanto al proceso de producción televisiva para un programa juvenil, se encontró la tesis de Ana Luisa González Estrada (2007) “Proceso de producción del programa Mundo Joven”, para presentarse en canal 7 (Canal abierto) de Guatemala, cuya frecuencia será semanal “Prime Time”.

El trabajo propone establecer el proceso de producción televisiva de ese programa. Dentro de la tesis se desarrollan conceptos elementales de la televisión, sus funciones, su historia, principios teóricos de la semiología y comunicación como parte fundamental para el desarrollo de la producción televisiva, utilización del equipo técnico y humano en producción de televisión, y la aplicación del equipo operativo que se utiliza para la producción de programas juveniles. Finalmente, se presenta el proceso de producción del programa Mundo Joven con su contenido, descripción y equipo de trabajo, el cual contiene segmentos de bromas,

baile, videos musicales, deportes extremos, reportajes, farándula, entre otros. (González, 2007, pp.10-15).

González (2007) concluye su tesis, afirmando:

Que el programa “Mundo Joven”, es un programa de producción netamente guatemalteco, el cual trata de cubrir una necesidad en la producción nacional abriendo un espacio a un target juvenil, el cual no existía en Guatemala. Así mismo en términos socioeconómicos y en los niveles de rating de los canales nacionales. El programa no utiliza un guion para su ejecución sino una escaleta. El programa aborda temas de interés para la juventud guatemalteca, pretendiendo enseñarles como poder divertirse sanamente sin necesidad de vicios. (González, 2007, p.93).

1.3. Justificación.

El canal Guatevisión decide crear una franja juvenil, con el programa “TVeo en el Recreo” en el año 2010, cuyo grupo objetivo eran los jóvenes, quienes además de receptores, también eran los principales protagonistas. Ofreciendo lo que ellos querían ver, de una manera sana, divertida e instructiva. Un factor predominante que se deseó aprovechar y explotar por parte del canal y del programa, es la cobertura con la que se logró contar, ya que, a partir del 29 de abril de 2011, Guatevisión se convirtió en un canal de televisión abierta, además de por cable.

La importancia de este tema gira en torno a que en nuestro país fue el primer programa de televisión dirigido a jóvenes-adolescentes comprendidos entre las edades de 12 y 17 años, llegando así a realizar notas de distintos temas a colegios e institutos de todo el país a su hora de recreo.

1.4. Descripción y delimitación del tema.

Esta monografía narra todo el proceso de creación, pre producción, producción y post producción del “Programa TVeO en el Recreo”, transmitido por Guatevisión en el periodo de 2010 a 2012.

1.6. Objetivos:

1.6.1 General

Describir Programa juvenil “TVEO en el recreo”, transmitido por Guatevisión.

1.6.2 Específicos

1. Explicar el proceso de pre, pro y post producción del programa “TVeO en el Recreo” de la franja juvenil de Guatevisión.
2. Narrar la experiencia del autor desde un punto de vista monográfico, con relación a los aportes del programa “TVeO en el Recreo”, de la franja juvenil de Guatevisión.
3. Proporcionar una guía de consejos, a todos los jóvenes sin experiencia que deseen pertenecer y ser parte del proceso de producción y conducción de un proyecto televisivo por primera vez.

Capítulo 2

Fundamentación Teórica

2.1 Teorías de comunicación (teoría del Framing)

2.1.1 Antecedentes y fundamentos

En los últimos años, el framing o teoría del framing ha tomado un lugar importante en las ciencias de la comunicación. Sin embargo, sus fundamentos conceptuales pueden encontrarse fuera de este campo, particularmente en las tres ramas de la sociología interpretativa (teoría de la interacción simbólica, fenomenología y etnometodología). Sus campos se orientan hacia la construcción social de la realidad y la generación de sentido en la realidad, la interacción o el intercambio comunicativo. La primera aplicación del término marco comenzó como un concepto de propiedades mentales en psicología por parte de Gregory Bateson, luego retomado por el sociólogo Irving Goffman, quien contribuyó a sus aspectos sociales. El estudio de los movimientos sociales y la comunicación es heredero de esta perspectiva. Su propósito es proporcionar algunos puntos de partida para considerar futuros desarrollos en el encuadre en el análisis de los medios. Allí, todavía no hay consenso sobre la definición del objeto de investigación de esta teoría. Esto suele estar estrechamente relacionado con el tema del establecimiento de la agenda.

A esta teoría aún le cuesta definir su objeto de estudio, por lo que prevalecen tanto las ideas fragmentadas (Entman, 1993; Scheufele, 1999), que son definidas por frames y framing en el campo de la comunicación. Entre las definiciones más icónicas se encuentran las de Entman (1993), Tancard (2001) y Reese (2001). Entman argumenta que framing es la definición de algún aspecto de la realidad percibida con el fin de facilitar definiciones específicas de problemas, interpretaciones causales, evaluaciones morales y/o recomendaciones de tratamiento para el tema que se describe, seleccionarlos y hacerlos más relevantes en los textos de comunicación” (1993, pág. 52). Para Tankard, es “la idea central de la organización del contenido de la información

que proporciona contexto y, a través de la selección, el énfasis, la exclusión y la elaboración, sugiere cuál es el tema” (2001, p. 3). Reese ofrece una de las definiciones más completas de un marco, describiéndolo como "un marco socialmente compartido que sobrevive en el tiempo y funciona simbólicamente para construir el mundo social de una manera significativa. Principios de organización" (2001, p. 11). La búsqueda de una conceptualización prefabricada del término depende en parte del caso comunicativo que se estudie (Arugete y Zunino, 2010). Algunos autores se detienen en una sola etapa, mientras que otros entienden que atraviesan todo el proceso de información (Entman, 1993). Con el contenido y los efectos que se crean cuando el espectador lo recibe. Desde este punto de vista, el framing se entiende como “el proceso de transmisión [...] del medio a la audiencia y de la audiencia al medio” (Amadeo, 2008, p. 19). La diversidad de este enfoque ha llevado a Entman (1993) a afirmar que la idea de framing es un ejemplo de una discontinuidad en la línea de investigación de la comunicación que no ha logrado convertirse en un conjunto integral de principios que organice la investigación en este campo. Además, este argumento se utiliza para apoyar la afirmación de que la comunicación no tiene estatus científico. Para Entman, esta "debilidad obvia" puede convertirse en una fortaleza en la disciplina. Nos permite integrar teorías y conocimientos que de otro modo quedarían fragmentados en otras disciplinas, sin oportunidades de intercambio y refuerzo mutuo (1993, p. 51). En este sentido, los autores proponen diseñar un paradigma de investigación en comunicación entendido como una teoría general que proporciona información sobre el funcionamiento y las consecuencias de determinados sistemas de pensamiento-conducta. Pero, ¿cuáles son los fundamentos conceptuales de la teoría del framing? ¿La teoría del framing reconoce muchos usos e implicaciones en su tratamiento informativo de varios temas? ¿Qué disciplinas contribuyeron a su creación? Marcos ¿Cómo surgió el concepto de lo? ¿Cuáles son los argumentos teóricos que distinguen el framing de otras direcciones de la investigación en comunicación de masas? El propósito de este artículo es explorar las diversas escuelas que han influido en el surgimiento del marco como teoría y que forman sus fundamentos centrales en antecedentes, de diferentes disciplinas y perspectivas teóricas que convergieron sobre la base de lo que ahora se conoce como teoría del encuadre. Sádaba (2001 y 2008) sitúa sus orígenes en la sociología interpretativa y centra

su atención en "procesos intersubjetivos que definen situaciones" (Giner, 1998, citado en Sádaba, 2008, p. 2). Por lo tanto, el interés se centró en cómo los sujetos conocían la realidad considerando las contribuciones de los demás.

El término "definición de situación" fue propuesto por William I. Thomas (1863-197) en 1923 para describir el proceso de indagación y reflexión que precede a todo comportamiento humano. Antes de actuar, los individuos desarrollan ideas sobre la situación que enfrentan. Para ello, recurren a conocimientos previos para construir interpretaciones que guíen el comportamiento a partir de normas y contenidos sociales. "Y en la práctica, no sólo las acciones concretas dependen de la definición de la situación, sino que de este estilo de definición emergen gradualmente la política y la personalidad de toda la vida de un individuo" (Thomas, 2005, p. 29). Para Thomas, un conjunto de definiciones situacionales se entiende como un conjunto de reglas o códigos de conducta que regulan la competencia entre los deseos individuales y las necesidades sociales, al mismo tiempo que conducen a normas morales que influyen en nuevas definiciones de situaciones. En este sentido, la moralidad es entendida como una definición aceptada de situaciones que parecen encarnarse en diversos espacios sociales, como la opinión pública, la costumbre, el orden jurídico formal o las normas religiosas (2005). 2 Thomas estuvo en el Departamento de Sociología de Chicago hasta 1918, cuando viajó a Nueva York para trabajar como investigador independiente. Alrededor de 1928, como parte del desarrollo de lo que luego se denominó "análisis situacional", Thomas formuló un conocido teorema.

2.1.2 Concepto en términos de comunicación

La teoría del framing es difícil de alcanzar una definición clara en el campo de la comunicación. Las implicaciones de este problema teórico van desde utilizar los términos agenda-setting, priming y framing para denotar un mismo fenómeno, hasta definir framing como una extensión de segundo nivel de agenda-setting (Aruguete, 2011). Desde la perspectiva de la teoría del establecimiento de la agenda, el encuadre, como el priming, pertenece al segundo nivel del establecimiento de la agenda (McCombs, 1997). McCombs define el framing como "la selección de un número limitado de atributos relacionados

temáticamente para su inclusión en la agenda de los medios cuando se discute un tema en particular" (McCombs, 1997, p. 6). Los encuadres se entienden como atributos de los temas, que pueden ser desde los más simples a los más complejos y "constituyen la perspectiva dominante utilizada para organizar las representaciones informativas como ideas personales sobre los objetos" (McCombs 2006, p. 173). Sin embargo, según la teoría de los marcos, los marcos noticiosos (news frames) de los textos no funcionan a nivel de contenido seleccionado y énfasis dentro de la información, sino que forman una comprensión más profunda, una percepción que proporciona el contexto en el que se presentan los hechos (Tankardo, 2001). A la luz de su trasfondo teórico basado en la sociología interpretativa, la teoría de los marcos ofrece un modelo interactivo de comunicación, porque el significado de ciertos aspectos de un texto informativo y no de otros resulta de la interacción de los marcos noticiosos y las transmisiones de noticias destinatarios del texto: "El texto por sí mismo no determina el significado de los temas, se supone que existe una relación entre ciertos valores y el tema en cuestión" (Pan y Kosicki, 1993, citado en Arugete y Zunino, 2010).

Para Amadeo, la principal diferencia entre las teorías del framing y otras teorías de investigación en comunicación de masas es esencialmente que se centran en el estudio de una o dos fases de la comunicación, mientras que el framing puede entenderse como una teoría amplia e "integradora", es decir, participa para todas las situaciones comunicativas (Amadeo, 2008): el tratamiento y procesamiento de las noticias, las huellas de este proceso en el texto mediático y los efectos que produce en el público su recepción. En términos de encuadre, estudiar las dinámicas de producción de noticias significa centrarse tanto en los periodistas como sujetos ideológicos con estándares periodísticos e intereses personales y profesionales, por ejemplo, en las empresas de información donde trabajan. La estructura organizativa, los procesos de trabajo y los intereses políticos y económicos de estas empresas también influyen en el procesamiento de la información (Amadeo, 2008; Arugete y Zunino, 2010). Los encuadres son vistos así no sólo como ideas organizativas expresadas en la redacción de noticias, sino también como resultado de las características de los periodistas y de los medios que los crean. Ciertas propiedades del contenido del mensaje o marcos

de mensajes pueden verse como elaboraciones del comunicador (elementos subordinados) o elementos del texto (independientes), dependiendo de cómo los interprete el receptor (Scheufele, 1999). En el primer tipo de investigación, los rasgos del discurso son vistos como producto del condicionamiento por el cual los periodistas definen la realidad. Luego, el análisis se enfoca en la influencia de las normas, las presiones políticas, las rutinas de producción y la ideología periodística (Tuchman, 1978). En el segundo caso, el encuadre se considera una variable independiente que influye en la percepción y valoración del espectador, dando una cierta aproximación a la realidad. Los estudios basados en esta perspectiva se preocupan más por la dimensión del efecto (Scheufele, 1999).

En cuanto a las pistas que se pueden seguir en el contenido periodístico, Entman afirma: "Sentencia Manifiesto" (1993, p. 52). Tankard proporciona "La mejor lista de mecanismos para identificar y medir el encuadre de mensajes en el texto" (Muniz, 2007, p. 167): título, subtítulo, foto, epígrafe, título, fuente. Una selección de citas, logotipos, estadísticas, gráficos, declaraciones y párrafos finales. Finalmente, algunos autores consideran el encuadre como un principio de interpretación que se "salva" a la audiencia (Entman, 1991, citado por Amadeo, 2008, p. 192). El concepto de 'esquema' en el sentido batesoniano de Frame es clave para comprender los efectos de Frame en este sentido. Estas son estructuras de pensamiento que influyen y guían el proceso de interpretación de la información (Entman, 1993). Así, "el efecto de enmarcar los mensajes sobre las personas surge no de dar mayor relevancia a aspectos particulares del tema, sino de invocar un esquema que influye en la interpretación de la información recibida" (Aruguete y Zunino, 2010, p. 2). Siguiendo el punto de vista de Gamson (1992), la versión de la realidad de la que depende la audiencia se forma tanto a través de las elecciones de medios interpretadas como de la experiencia e interacción personal. El encuadre se presenta, así como un proceso más que como un resultado, como una interrelación entre el marco del mensaje y el esquema que existe en la mente del receptor del mensaje mediático. Generalmente se cree que la corriente sociológica del framing ha dirigido la mayor parte de su investigación hacia la construcción de marcos sociales de hechos o problemas, mientras que los conceptos psicológicos tienden a centrarse en la función de los marcos en instancias de interpretación de la

información. 2009). Amadeo (2008) propone integrar ambas perspectivas desde la psicología social a través de una mirada que denomina 'psicosocial' (p. 205).

2.1.3 Influencia en los medios de comunicación

La teoría del framing es una de las teorías más utilizadas para explicar la influencia de los medios en la opinión pública. Una teoría relativamente nueva, esta noción tiene sus orígenes en 1955 cuando Gregory Bateson acuñó el término marco para "definir un contexto o marco para la interpretación en el que las personas se involucran con ciertos aspectos de la realidad mientras ignoran otros". (Sádaba, 2001, p.19). Bateson usó una metáfora para explicar esto. Comparó el concepto de marco con un marco que delimita un cuadro, distinguiéndolo de una pared (Giménez, 2006).

La definición de Bateson mantiene el término dentro del ámbito de la psicología, y fue Irving Goffman quien lo transfirió al ámbito de la sociología, señalando que "el término también tiene los matices sociológicos asumidos en los estudios de medios". (Sádaba, 2001, p. 1). En pocas palabras, para Goffman, los marcos son "las formas a través de las cuales la sociedad ve, comunica y comparte la realidad". (Sádaba, 2001, p. 151).

La teoría del framing se ha convertido en una herramienta útil para estudiar cómo se construyen las percepciones de la audiencia sobre temas específicos de las agendas públicas difundidas en los medios. El framing determina cómo los periodistas eligen ciertos atributos y no otros para informar sobre un tema.

La teoría del framing puede explicar la relación entre los medios y las creencias de un determinado perfil o grupo. El diseño y manipulación de los medios nos lleva a burbujas sociales y de información que satisfacen los sesgos cognitivos que limitan nuestra experiencia y aprendizaje en clasificación: Educación y Sociedad.

2.2 La televisión por cable en Guatemala

El siglo XXI está marcado por el inicio de las primeras transmisiones de televisión guatemalteca por señales de cable. Durante este tiempo, se abrirán canales adicionales en Guatemala que actualmente se transmiten por señales de cable.

Además, la televisión guatemalteca ahora se clasifica en televisión abierta y cerrada. Transmisiones de TV abierta en señales de FM, incluidos los canales comerciales (3, 7, 11 y 13) y el Canal 5, que es mantenido por la Academia de la Lengua Maya. También se transmite por señal UHF, que son los canales religiosos (como el 21 y 27) y el canal 33 de la Universidad de San Carlos.

La TV Cerrada es distribuida por un total de 386 distribuidoras de servicio de cable (según el artículo de Cicibel Lucas Cajas "Génesis y Evolución de la Televisión en Guatemala"). Dentro de este servicio se transmiten canales exclusivos guatemaltecos de televisión cerrada (cable). Estos canales incluyen los canales Guatevisión y La Antigua.

La televisión abierta y cerrada son definidas por el CNTV (Consejo Nacional de Televisión) en el CINTEL (Centro de Investigaciones en Telecomunicaciones) de la siguiente manera: Una señal cerrada, en cambio, llega a una audiencia a través de medios físicos de distribución dedicados a su transmisión o se comparte con otros servicios de comunicación como cable o satélite. (CINTEL, 2008, pág. 9).

En este momento se están desarrollando contextualizaciones de dos televisoras guatemaltecas. En este caso, Canal 7 y Canal Guatevisión. El primero pertenece a la televisión abierta y el segundo pertenece a la televisión cerrada.

Guatevisión inició operaciones con señales de cable en marzo de 2003. La primera transmisión estuvo dirigida únicamente a la ciudad de Guatemala. Comenzó con un programa de entretenimiento y cine.

La idea de considerar la transmisión de este canal con señal por cable surge de una experiencia previa llevada a cabo por representantes del diario "Prensa Libre". Durante el mandato de Alfonso Portillo (2000-200), representantes de periódicos intentaron negociar con el presidente una licencia para abrir una estación de televisión FM de señal abierta. Este intento no sirvió de nada, así que decidí abrir un canal de televisión con señal de cable. Este es el plano del Canal de Guatevisión.

En 2005, el Canal Guatevisión extendió exitosamente su transmisión a otros sectores guatemaltecos a través de 28 empresas distribuidoras de señal por cable. De esta forma Guatevisión llega a un promedio de 5 personas por hogar, equivalente a cerca de 3 millones de televidentes viendo sus programas (Cicibel Lucas Boxes, 200, p. 35).

Según redactor: "Guatevisión es el segundo canal de televisión de cable observado en Guatemala, después del canal mexicano "Galavisión". Su cobertura más grande de transmisión se ubica en el Occidente de Guatemala. Luego le sigue el Oriente y Norte de Guatemala". (Cajas, 2004, p.37).

Esto fue lo que manifestó Pilar Serrano, del equipo de canal Guatevisión, en una entrevista realizada por Brenda González:

Actualmente Guatevisión es un canal que produce y trasmite programas informativos, de entretenimiento y opinión, con ideas más originales que los otros canales nacionales, manteniendo una alta calidad de producción, con la pretensión de mejorar la programación y dar una impresión diferente y atractiva del país, sabiendo que Guatemala se puede desarrollar en el ámbito tecnológico y en el medio audiovisual. (González, 2003, p.93).

Entre las características del canal se encuentran las siguientes:

- Es un canal cerrado y abierto (canal 25).
- Se trasmite en señal por cable y UHF.

- Es un canal nacional.
- Es un canal comercial con financiamiento privado.
- El canal pertenece a la empresa del periódico la “Prensa Libre”.
- Tiene una programación variada, donde su fuerte es la programación combinada entre programas nacionales e internacionales.
- Parte de su programación es observada en otros países.

2.3 Canal de televisión

Un canal de televisión es un tipo de estación de transmisión que transmite audio y video a receptores de televisión en una región en particular. Tradicionalmente, las estaciones de televisión transmiten una señal de radio especialmente codificada llamada televisión terrestre. Una agencia gubernamental generalmente otorga una licencia a cada canal de televisión para usar una porción específica del espectro de radio (canal) en el que transmite sus señales.

2.4 Producción de televisión

2.4.1 Definición y descripción del proceso de producción

Armar un proyecto para la televisión es un proceso que se divide en tres fases fundamentales:

- **Pre-Producción:** Esta es la etapa de preproducción y se considera la parte más importante de la producción. Consiste en el proceso previo a la grabación o transmisión de un programa de televisión, la conexión de todos los elementos que integran la producción y realización del programa, realizado en múltiples sesiones involucrando a todos los participantes. Comunicar, organizar y coordinar los elementos que intervienen en la producción. La preproducción garantiza que no falte nada en la producción. La lista puede parecer larga, pero nada es imposible cuando se dispara de esta manera. Una buena preproducción garantiza un buen producto.

- **Producción:** es la ejecución del programa en sí, la grabación en estudio o al aire libre de lo planeado en preproducción. En esta etapa, literalmente debe realizar un seguimiento del desglose o del plan de trabajo general. Si el desglose está bien, la producción general es exitosa.
- **Post-Producción:** esta es una etapa importante en el proceso general, ya que dictará cómo se diseñará el programa final. La edición, la inserción de efectos digitales, la creación de música, la grabación de ruido de fondo, la grabación de un locutor de narración, etc., todo determina la calidad del programa en esta etapa. Puede que las etapas anteriores hayan ido bien, pero una mala postproducción lo arruina todo.

2.4.2 Formatos de televisión

Existen diferentes formatos de transmisión de televisión: NTSC, PAL y SECAM.

Formato NTSC: es un sistema de transmisión y codificación de televisión analógica desarrollado en los Estados Unidos alrededor de 1940 y utilizado en la actualidad, especialmente en los Estados Unidos y gran parte de Japón. El nombre proviene del grupo de expertos que lo creó, National Television System Committee.

El formato NTSC consiste en transmitir 29,97 cuadros de video en modo entrelazado para un total de 525 (menos 8 caracteres blanqueados) líneas de resolución vertical y sin líneas de resolución horizontal, y 30 cuadros de video por segundo y 60 líneas alternas de campo. Para compatibilidad con el sistema de blanco y negro NTSC, el sistema de color NTSC retiene la señal de blanco y negro como componente de luminancia de la imagen en color, mientras que los dos componentes de crominancia se modulan con modulación de amplitud en cuadratura a 3,57955 MHz.

Dado que la demodulación de los componentes de crominancia es necesariamente síncrona, se envía una señal de referencia de fase sinusoidal

conocida como "color burst" al comienzo de cada línea en un "burst" o "color burst".

Esta señal tiene una fase de 180° y es utilizada por el demodulador de crominancia para realizar la demodulación correctamente. El nivel de "ráfaga" se utiliza a veces como referencia para compensar las variaciones en la amplitud de la crominancia.

Los problemas de transmisión e interferencia tienden a degradar la calidad de la imagen de los sistemas NTSC al cambiar la fase de la señal de color, lo que puede causar que las imágenes pierdan el balance de color cuando se reciben, como los sistemas PAL o SECAM. Por lo tanto, se llama en broma "NTSC: Never The Same Color". Otro inconveniente es que la resolución vertical está limitada a 525 líneas. Este es el más bajo de cualquier sistema de televisión y produce una imagen de menor calidad que la que se puede transmitir en otros sistemas del mismo ancho de banda.

Formato PAL: PAL es un acrónimo de Phase Alternating Line (línea con fase alterna). Este es el nombre con el que se hace referencia al sistema de codificación utilizado para transmitir señales analógicas de televisión en color en la mayor parte del mundo. Es de origen alemán y se utiliza en la mayoría de los países de África, Asia y Europa, así como en Australia y algunos países de América Latina. El sistema PAL fue creado en 1963 por el Dr. Walter Bruch de Telefunken Labs está tratando de mejorar la calidad de los tonos que ofrecen los sistemas NTSC y reducir las imperfecciones. Sin embargo, el concepto básico de transmisión de señales se heredó del sistema NTSC.

El nombre Phase Alternating Line se refiere a la forma en que se transmite la información de crominancia (color) de la señal de video, invirtiendo la fase en cada línea, lo que permite la compensación automática de los errores de fase que pueden cancelarse entre sí.

El error de fase es común en la transmisión inalámbrica de datos y es causado por retrasos en la llegada o el procesamiento de la señal. Los errores de fase en

la transmisión de video analógico provocan errores de tono que afectan negativamente la calidad de la imagen.

Aprovechando el hecho de que el contenido de color de una línea y la siguiente suele ser similar, el receptor corrige automáticamente los errores de tono promediando los patrones en la pantalla una línea y la siguiente. Ambos van en contra. Como tal, este error no se percibe como un cambio de tono como en NTSC, sino como un ligero error de saturación de color que no es muy perceptible para el ojo humano. Esta es una gran ventaja del sistema PAL sobre el sistema NTSC.

Las líneas que están fuera de fase con la forma en que se transmiten en NTSC a menudo se denominan líneas PAL, y las que coinciden se denominan líneas NTSC. Él tiene una frecuencia de actualización diferente (25 Hz por campo/50 Hz en total) y una resolución horizontal de 625 líneas. Se conoce como señal YUV porque utiliza luminancia (Y) y el color se divide en señales U y V. Hay algunas variaciones PAL-M, PAL-B.

Formato SECAM: ofrece la misma resolución que PAL, pero está codificada por colores en FM. SECAM es el acrónimo francés de Séquentiel Couleur avec Mémoire, o "Color secuencial con memoria". Este fue el primer sistema de codificación de televisión en color analógico utilizado en Francia. El sistema SECAM fue inventado por un equipo dirigido por Henri de France que trabajaba en Thomson. Este fue históricamente el primer estándar europeo de televisión en color. SECAM es un estándar compatible, al igual que otros sistemas utilizados en todo el mundo para transmitir televisión en color.

En otras palabras, los televisores premonocromos (B&N) podían mostrar correctamente los programas codificados por SECAM, aunque en blanco y negro, por supuesto.

Debido a este requisito de compatibilidad, el estándar de color agrega una segunda señal a la señal monocromática básica que transporta información de color. Esta segunda señal se denomina crominancia (C) y la señal en blanco y

negro se denomina luminancia (Y). Los televisores a color procesan ambas señales, pero los televisores más antiguos solo perciben la luminancia. Otro aspecto de la compatibilidad con es que no usa más ancho de banda que solo la señal monocromática. Por lo tanto, la señal de color debe insertarse en la señal monocromática sin perturbar la señal monocromática.

Esta inserción es posible porque el espectro de una señal de televisión monocromática no es continuo y tiene espacios que pueden reutilizarse.

Esta falta de continuidad se debe a la naturaleza discreta de la señal dividida en casillas y líneas. Los sistemas de televisión en color analógicos difieren en la forma en que utilizan estos espacios libres. En ambos casos, la señal de color se inserta al final del espectro de la señal monocromática.

Capítulo 3

Producción del programa JUVENIL TVEO EN EL RECREO, transmitido por Guatevisión

3.1. Elementos y personas que intervienen en el programa TVEO EN EL RECREO

Antes de iniciar la descripción de cómo se elaboraba el programa “TVEO EN EL RECREO”, se debe explicar todo el proceso creativo, incluida la escritura del guion, el presupuesto, la contratación del personal creativo, la dirección y los ensayos. Después de la filmación, el proceso de posproducción incluye la edición de video y la adición de sonido, música y efectos visuales.

Las tres formas principales de televisión son la ficción, la no ficción y los espectáculos en vivo. Las series ficticias son en su mayoría comedias de situación, series de comedia de situación, series dramáticas y películas para televisión, incluidas las miniseries (una película en varias partes). Los programas de no ficción más habituales son los concursos, los debates, los informativos y los magazines (espacios informativos que ofrecen una variedad de noticias en un formato de búsqueda de entretenimiento). La televisión en vivo generalmente se limita a deportes, ceremonias de premiación, noticieros y algunas funciones o chats diarios.

La mayoría de los programas de televisión son producidos por empresas ajenas al canal de transmisión a las que venden los derechos de transmisión. La cadena financia la producción vendiendo espacios publicitarios a sus patrocinadores.

El diseño y producción de imágenes en televisión corresponde hoy a un sistema estandarizado y comúnmente aceptado en todos los países.

La operación de los instrumentos necesarios para el funcionamiento de la estación de radiodifusión requiere la cooperación continua y sincrónica de un nutrido equipo de personas, que incluye especialistas, técnicos y personal administrativo. Todos ellos tienen un objetivo común: transmitir una señal

electromagnética que contiene información codificada que, registrada por el receptor, produce una imagen y un programa de sonido cuya duración puede abarcar las 24 horas del día.

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

Productor general

Dirige la organización y gestión del grupo de producción. Puede ser responsable de seleccionar las ideas del programa. Puede coordinar el personal de producción y administrar el presupuesto.

Productor ejecutivo

Es el responsable de la ejecución del programa y la coordinación de las actividades. Maneja el elenco. Decidir sobre el tratamiento visual y sonoro del programa. A veces funciona el mezclador de video.

Jefe de producción

Por lo general, no se les asigna una tarea específica. En general, tiende a ser el tipo de persona "práctica" que se asegura de que cualquier problema se resuelva de inmediato. Es la única persona en todo el equipo que alterna entre el plató y la sala de control.

Camarógrafo

Es el responsable de gestionar la cámara y sus accesorios durante la producción.

El camarógrafo controla:

- El foro
- El zoom

Trabaja a las órdenes directas del productor ejecutivo, con quien está en constante intercomunicación. Desde un punto de vista estético, el videógrafo debe complementar la composición y el encuadre.



Fuente: Irtra Petapa (2011)

Set y escenografía

Hoy en día un programa de T.V. puede producirse en cualquier sitio, desde un estudio hasta la calle, aunque el 90% de las producciones se hacen en los estudios de T.V.

Varían en tamaño y complejidad según lo que hagan: desde macro estudios hasta estudios independientes. Los estudios tienen 2 partes separadas:

- Donde se asienta la producción que se conoce como "plató".
- La sala donde se controla la producción que se conoce como "sala de control de realización", que es el centro operacional de la producción.



Director de cámaras

El "Floor Manager" es una persona multifuncional. En las producciones importantes puede, junto con su ayudante (Assistant Floor Manager: AFM) unirse al programa en el comienzo y ayudar a la organización, coordinación localización de los planos y en ocasiones sustituye al ocupadísimo realizador o director en los ensayos previos anteriores a la entrada al estudio. También se incorpora a la producción en el estudio durante los ensayos con cámara.

Durante los preparativos para los ensayos con cámara en el estudio, comprueba todos los elementos que no son técnicos del programa, para asegurarse de que todo, equipo y materiales, está dispuesto. Posteriores comprobaciones le hacen asegurarse de que no hay demoras para la puesta en escena (por ejemplo: utilería, tramoya, muebles, etc., están en las posiciones planeadas, que las puertas funcionan, etc.). Que las normas de seguridad, contraincendios y acuerdos sindicales se cumplen. Dirija a los equipos del estudio, en cuanto a las operaciones con gráficos, rótulos, títulos, avisos, movimientos escénicos, entradas de efectos, etc.

Operador de audio

Es el responsable directo del sonido. Su función en el sonido es análoga a la de un mezclador de video, es decir. ceder a cada fuente sonora que falta en la producción televisiva por separado o de forma suficientemente dosificada. Las fuentes de sonido son:

- Los micrófonos
- Los tocadiscos
- Los magnetófonos
- Las bandas sonoras del material de vídeo
- Las bandas sonoras de los telecines
- Efectos especiales
- Fuentes remotas (teléfono)

La misión del operador de audio, en definitiva, es controlar el nivel de audio, la calidad y el balance y los aspectos técnicos y artísticos del sonido.

También es responsable del diseño de todos los materiales de audio relevantes. Este trabajo lo realiza a las órdenes del realizador y con la coordinación y colaboración de los ayudantes de sonido que son los encargados de la ubicación

de los micrófonos y recogida de material sonoro a utilizar. El operador de audio tiene dos etapas bien definidas:

- De planificación
- De producción

Editor

Es el especialista de la operación de mezcla de vídeo y efectos electrónicos. En la nomenclatura internacional se le conoce como el MIXER o MEZCLADOR. Trabaja a las órdenes directas del productor ejecutivo, y su misión específica y concreta es la de dar entrada en el programa a las diferentes fuentes de imagen que intervienen en el mismo.

Jefe de iluminación

Al igual que el operador de audio, tiene 2 etapas de trabajo:

- De planificación (en la que junto con el realizador y el productor diseña el sistema de iluminación que se va a utilizar).
- De producción (en la que controla el buen funcionamiento del mismo).

El director de iluminación es quien dirige las actividades de todo el personal de iluminación y decide sobre tres cuestiones principales:

- La colocación de los focos
- La angulación de los focos
- La intensidad de los focos

En la producción suele controlar todo el proceso desde una sala especial que se denomina control de iluminación (donde por ordenador se controlan los diferentes sets).

Switcher

Dirige las actividades del personal técnico y el buen funcionamiento de todos los equipos de ingeniería de producto para implementar los programas.

Conductores

En el campo de la producción de la televisión hay un amplio abanico de profesionales con gran experiencia: actores, comentaristas, presentadores, "show-man", etc.

Acostumbrados a la rutina de los estudios pueden responder a la mayoría de las complicadas instrucciones procedentes del "Floor-manager" o del auricular del intercomunicador sin pestañear, incluso en las condiciones más peligrosas, manteniendo la calma y el control de la situación.

Pueden atender todo tipo de comentarios, dudas, cambios de tiempo y continuidad, cortes y demás improvisaciones.

Los profesionales utilizan mucho los pasa-diálogos (prompters) que les proporcionan la visión del guion, lo que significa que las cámaras siempre tienen que estar a una distancia que permita la lectura.



Fuente: Itra Petapa (2011)

El guionista

Realiza la estructura del guion, escaleta o sinopsis con base a la primera reunión, en donde el productor ejecutivo, el productor del programa, el director de cámaras, el diseñador audiovisual, el asesor de contenido y el pedagogo, la someten a consideración y de ser aprobada escribe el libreto con las sugerencias de audio y video para el productor ejecutivo y el editor.

La escaleta

Es una especie de resumen que marca el tono del guion. Es muy definitiva con respecto al resultado final.

3.2 PROGRAMA JUVENIL TVEO EN EL RECREO, TRANSMITIDO POR GUAATEVISIÓN



Para poder comenzar a producir este programa, fue necesario definir a que tipo de audiencia nos íbamos a dirigir, es por ello que nos dimos a la tarea de investigar sobre la Teleaudiencia y sus tipos.

Tipos de audiencia

- **Audiencia potencial:** Forma parte de ella todo individuo que sea susceptible de ver un programa de televisión.
- **Nicho de audiencia:** Es una parte de la audiencia potencial que según ciertos precedentes puede aventurarse y que se puede convertir en audiencia real.
- **Audiencia real:** Es el número de personas que siguen un programa.
- **Índice de audiencia:** Es el porcentaje de la audiencia real respecto a la audiencia potencial que podría tener ese programa.
- **Target:** Se corresponde con la audiencia tipo de un programa o por el perfil del espectador buscado por éste.
- **Cuota de pantalla o share:** Es el reparto de las audiencias reales entre todos los canales expresado en porcentajes.



Fuente: Revista Aula 2.0 (2010)

Comportamiento de la audiencia

El comportamiento público depende de los medios de comunicación. Cuando se trata de películas, el espectador es selectivo, porque la elección que hace implica gastos económicos, viajes y la oferta de programación es más limitada que en la televisión. También influyen factores ajenos al espectador, como el tamaño de la sala, el horario, los días de emisión, etc.

En cuanto a la televisión, se trata de un público más heterogéneo, por tratarse de un medio doméstico y gratuito, por lo que es de fácil y cómodo acceso. Este tipo de audiencia es menos selectiva que una sala de cine porque buscan entretenimiento en la televisión.

Estas audiencias podrían llamarse "pasivas" porque es poco probable que el destinatario interactúe con el mensaje. Por el contrario, algunas teorías nos hablan de las audiencias activas:

Oferta variada
Programas de producción nacional, transmitidos por Guatevisión:

- **Viva la Mahana**, revista matutina con información general.
- **Noticiero Guatevisión**, la cara informativa del canal.
- **Franja de las 7**, repito a las 23 horas:
- **Lunes**: La sala en vivo
- **Martes**: Cacha al día
- **Miércoles**: Maravillas tecnológicas.
- **Jueves**: Creciendo juntos.
- **Viernes**: Rumores

FRANJA CHAPINA, A LAS 20 HORAS:

- **Lunes**: 70 años Guatemala
- **Martes**: Nacha con Veneno
- **Miércoles**: Chispaditas.
- **Jueves**: Plinto G
- **Viernes**: De Fiesta

FRANJA NOCTURNA, A LAS 22 HORAS:

- **Lunes**: Detalles
- **Miércoles**: Reportajes a Fondo
- **Jueves**: Diálogo con Fermín Sánchez
- **Viernes**: Dápor-77
- **Luego del noticiero**
- **Especiales**: Sabores mundiales, de lunes a viernes.

tar Magazine y Guate está sonando.
La producción
"Guatevisión es un canal con las puertas abiertas, que busca y ofrece calidad", asegura Tello. Es la única condición que se pone a personas que desean incluir un proyecto a través de su señal. Debe ser "interesante, digerible, con buena información, diferente y que aporte valores a la juventud", aclara.
Dentro punto valioso es que Guatevisión cuenta con tecnología de punta, estudios tan agradables como adecuados, así como una señal que llega varios países. "La tecnología hace que sea más fácil que la gente quiera involucrarse en la producción. Además, hace que bajen los costos de la misma, pues con un pequeño software se puede crear un programa bueno. La verdad es que esto es cosa de mucha creatividad y talento", comenta Tello, quien define al canal como un "desarrollador de talentos".
Dos de los programas, Rockstar Magazine y Guate está sonando, son de producción independiente.

POR HILDA RODAS
Desde hace dos semanas, a las 16.30 horas—de lunes a viernes—, Guatevisión tiene nuevos programas para ofrecer vistazos renovados de entretenimiento, farándula, música e identidad, en su Franja Juvenil.
Orgullosamente "más del 65 por ciento de la programación de este canal guatemalteco—de cable—es producción local", afirma Mario Tello, gerente de mercados. Prueba de ello es la apuesta por la primera temporada de cuatro programas dirigidos al público juvenil: En frecuencia, Te veo en el recreo, Rock-

Los jóvenes tienen un espacio importante en Guatevisión, a través de la franja juvenil

Salvador tiene gran experiencia en el rock

Lynn Kachler es la presentadora de En Frecuencia

Fuente: Espectáculos Prensa Libre (2010)

Teoría audiencia activa

La teoría de la audiencia explica cómo las audiencias se relacionan naturalmente con los medios (McQuail, 199: 281-32; 2000: 76-90). Esta teoría está relacionada con la semiótica, métodos que describen "cómo" se genera el significado y cómo los humanos construyen e interpretan los mensajes.

El concepto de audiencia activa surgió alrededor de 1970, criticando específicamente la teoría de la inyección hipodérmica (donde el emisor de la información actúa sobre el receptor sin que este sea consciente de ello). Supone, por tanto, un cambio en las unidades de recepción de la actividad comunicativa. Ofrece un nuevo paradigma que desafía el paradigma causal lineal de la comunicación. Fuente-emisor-estímulo-receptor-acción va hacia un relato más completo en el que la comunicación es subjetivamente analizada y reinterpretada por el receptor del mensaje.

Los sujetos prefieren elegir su propia interpretación, destruyendo la información recibida de la persona que llama en lugar de reaccionar ante los medios con un modelo simple de "estímulo-respuesta". La decodificación (y reconstrucción) se basa en la identidad y subjetividad individual (edad, raza, género, clase social, ego, experiencia pasada), identidad colectiva e interpretaciones simbólicas consistentes con el contexto social. Es importante señalar lo que se hace. Lo encontré. Por eso, podemos recordar el axioma escolástico de Santo Tomás de Aquino, basado en el Quidquid recipitur ad modum receiveris recipitur de Aristóteles (lo que se recibe se recibe según se recibe).

Dada la heterogeneidad de las audiencias televisivas, una nueva tendencia de las cadenas es estratificar las audiencias para atraer a las minorías a la programación especializada, como ya ha sido el caso en las industrias de periódicos, cine y música.

Actualmente existen muchas estrategias para atraer a los espectadores a la televisión.

Dado el panorama mediático actual y el aumento vertiginoso del éxito de estas alternativas tanto en la publicación como en el consumo de información, puede haber cierta frustración con las formas habituales de producción de información. El libro "La Televisión en España: Informe 2009" señala que hay segmentos de público con alto riesgo de 'fuga', como los jóvenes que han dejado de ver la televisión y los que tienen estudios superiores. Una peligrosa consecuencia de la evolución del Habitus de Bourdieu, entendido como un esquema de comportamiento, pensamiento y emoción asociado al estatus social, hoy asociado a los cambios en los hábitos de consumo producto de la urgencia tecnológica. Gracias a Internet, la Web 2.0 y el streaming, la televisión y la radio a la carta ahora son posibles. Esto le permite ver o escuchar archivos directamente en estos sitios sin descargar primero los archivos a su computadora.

Un claro ejemplo de ello es el maravilloso Spotify, un club mundial con todo tipo de contenidos musicales. Lo mismo se aplica a la prensa. Incluso los periódicos digitales ofrecen la innegable ventaja de incluir hipervínculos en la mayoría de las noticias, lo que permite a los lectores sumergirse en los temas más interesantes. El nuevo soporte es universal, con todas las funciones, personalizable, bidireccional, canales ilimitados, con alcance mundial. Y, sobre todo, fue la citada hipertextualidad la que más revolucionó el mundo de la navegación. Con la llegada del iPad, que es un híbrido de una computadora personal y un teléfono móvil, y los libros electrónicos, la percepción común de la sociedad sobre el consumo ha cambiado a una dimensión completamente diferente. Al menos en España, el universo telemático, que se enfrenta a dificultades de integración, especialmente en el ámbito de las personas mayores.

Franja juvenil Guatevisión

Luego de haber definido el tipo de audiencia al cual nos vamos a dirigir y enfocar, surge la idea de crear una franja juvenil para ese grupo objetivo.

Es una franja de programación Local de Guatevisión dirigida especialmente a los Jóvenes y Adolescentes, con un contenido musical, fresco, diferente y educativo, que se transmite de lunes a viernes de 4:30 PM a 5:00 PM.

otras series

X
(EXPERIENCIA)

WEL
NOCTURNO

FRECUENCIA

Programas
Algunas de las ofertas más variadas para jóvenes

De izquierda a derecha: Daniela, Lyn y Federico

- **Punto G:** Programa sobre la vida nocturna. Los jueves, a las 20 horas, por Guatevisión.
- **En Frecuencia:** Show musical en el que se toman en cuenta votos del público para su top 5. Lunes y viernes, a las 16.30 horas, por Guatevisión.
- **La descarga:** Revista musical y de charlas. De lunes a viernes, a las 15 horas, en 18-50.
- **Música Registrada:** Martes, a las 16 horas, por Canal Antigua.
- **Expedición GT:** Reportajes sobre deportes extremos y lugares de Guatemala. Viernes, a las 22.30, por Guatevisión.
- **Te veo en el recreo:** Programa sobre colegios, entrevistas y bromas. Martes, a las 16.30 horas, por Guatevisión.
- **Vos con Voz:** Discusiones políticas de interés juvenil. Miércoles, a las 20 horas, en 18-50.
- **Una noche con Veneno:** Entrevistas con personalidades de la política. Martes, a las 8.30, por Guatevisión.

Foto Prensa Libre: ALFRADO VICENTE

Joel cancela libro
Billy Joel canceló ayer su esperado libro autobiográfico. The

Cantaron juntos
Unas 50 mil personas bailaron merengue ayer al ritmo de Shakira

Fuente: Espectáculos Prensa Libre (2012)

Programación

- En Frecuencia con Lyn Kachler: lunes y viernes.
- TVO en el Recreo: martes.
- Guate está Sonando: jueves.
- Rockstar Magazine: miércoles.
- Reprises días domingo a partir de las 11:00 AM.



Descripción y formato del programa

“Tveo en el Recreo”, fue un programa de la franja juvenil de canal Guatevisión, transmitido entre los años de 2010 a 2012, todos los martes en horario de 4:30pm a 5:00pm, con su respectivo reprise los días domingo de 11:30am a 12pm.

El programa estaba dirigido a jóvenes-adolescentes de colegio comprendidos entre las edades de 13 y 17 años, con variedad de segmentos frescos y educativos; con el único objetivo de mantener entretenida a su teleaudiencia (target) durante media hora, de manera sana e instructiva; y donde los principales protagonistas del programa sean ellos mismos.

Es importante mencionar, que el programa era totalmente urbano y en diferido, ya que no contaba con un set propio dentro del canal. Por lo que cada martes,

las locaciones para realizar stand ups, variaban y eran distintos; pero generalmente se procuraba que fueran en un colegio.



Segmentos del programa

El contenido del programa era muy variado y dinámico, tratando de evitar caer en lo monótono y aburrido. Es por ello, que los segmentos variaban cada semana. Pero con los que más se identificó su grupo objetivo fueron:

Segmento de bromas: en los distintos colegios que se visitaban, Fede entrevista a los chavos, haciéndoles una pregunta incoherente o tonta, con el objeto de ver si caen respondiendo algo mucho más tonto. Un ejemplo: ¿vos qué pensás, de que las autoridades de nuestro país piensan mandar la luna se Xelajú a Cobán?

Segmento de actividades escolares: siempre se trataba de visitar a los distintos colegios de la ciudad capital, para grabar las distintas actividades que pudieran tener, como kermeses, veladas, talleres de ciencia y arte, inter escolares en cualquier rama deportiva, elecciones de Miss y Mr., etc.

Segmento de hobbies: se ofrecía y enseñaba una actividad deportiva o extrema diferente a los jóvenes (como fútbol, softball, surf, parapente, etc), con el fin de darles una buena opción de distracción y entretenimiento, para que lo pudieran hacer en sus ratos libres y vacaciones.



Patrocinadores

El programa contaba con los siguientes patrocinadores:

- Nivea
- Colegio Royalty
- Salón de belleza Stephan
- Educación Física con su segmento ACTIVATE
- Danone

Equipo de trabajo

Contaba con un equipo de trabajo formado por el productor del canal: Ricardo García Santander, la jefa de producción: Flor Reyes, productor ejecutivo del programa: Jaime Bustamante Montiel, editado por: Guillermo Rossini y conducido por 2 jóvenes muy dinámicos, con una imagen fresca: Federico Morales y Daniela Fernández, mejor conocidos como Fede y Dani, quienes por su juventud y energía se identifican perfectamente con el target del programa.

Proceso de producción del programa

- **Pre-producción:** todos los viernes se reunían productor ejecutivo, jefa de producción y conductores para planificación de programa de cada martes. Primero productor ejecutivo del programa formula escaleta, realiza las citas correspondientes en los colegios a grabar, entrega escaleta e instrucciones a cada conductor y se apartan cámaras para días(as) de grabación.
- **Producción:** cada conductor grababa sus respectivas notas y grababan stand ups juntos, cumpliendo con la guía de la escaleta y sus respectivos tiempos.
- **Post-producción:** conductores visualizaban su respectivo material en el canal y se lo entregaban a editor con copia a productor ejecutivo, para edición final. Por último, se reunía productor ejecutivo con editor para visualización final de material, y una vez aprobado, se mandaba a control de panel central listo para salir al aire.



Redes sociales y correo electrónico como medio de comunicación e interacción

El flujo de comunicación para contacto con colegios y grupo objetivo, se realizaba mediante correo electrónico y redes sociales.

- e-mail: elrecreo@guatevision.com
- En facebook y twiter como “tveo en el recreo”



3.3 Recomendaciones para ser parte de producción y conducción de un proyecto televisivo

El objetivo de este inciso, se centra en transmitir al lector, la experiencia personal de poder ser y formar parte de un proyecto como este, en uno de los canales con más rating y teleaudiencia del país, desde una perspectiva interna y no externa. A continuación, se describirá los pasos a seguir, al momento de querer obtener una oportunidad de trabajo en un canal de televisión, o bien, para cualquier proyecto televisivo. Donde también se aprovechará a compartir varios consejos, desde una perspectiva personal según la experiencia obtenida.

Paso I

Preparación

Como primer paso y recomendación, se les aconseja poder inscribirse en algún curso o diplomado relacionado al área de trabajo que quieran aplicar, en el canal o medio televisivo que sea, y definir si quieren estar en pre, pro o post producción. Ya definido esto, practicar los conocimientos obtenidos en el curso diariamente.

En lo particular, eso fue el primer paso, me inscribí a un diplomado de conducción y producción para t.v., avalado por Guatevisión e impartido por conductores y productores del canal.

El primer “pero” que muchas veces encontrarás, es el económico; ya que ese tipo de cursos normalmente son un poco caro. Pero todo sacrificio trae su recompensa y lo verás reflejado como un costo-beneficio, porque debes de analizar lo siguiente: ese tipo de cursos, muchas veces son impartidos por gente del mismo canal o medio al cual deseas ingresar. En la experiencia del presente trabajo monográfico, por ejemplo, se encontraba Ricardo García Santander (productor general del canal), lo cual creó una excelente oportunidad para poder resaltar y mostrar el talento del autor, haciendo mucho más factible poder cumplir el objetivo de ingresar y trabajar para el canal.

En este primer paso, se les recomienda como primer punto, no ver lo económico como un obstáculo, porque si realmente se quieren dedicar a esto, hay que ser constantes y perseverantes. Como segundo punto, ser muy disciplinados y poner en práctica todo lo aprendido, por ejemplo, en esta experiencia lo que se deseaba, era poder conducir un programa de t.v., para lo cual se debe practicar a diario, con ejercicios de respiración, dicción y gesticulación (todas las herramientas y técnicas impartidas en el curso, diplomado, carrera afín, etc. que te hayan enseñado).

Siguiendo esos consejos y recomendaciones, fue como efectivamente salió bien la estrategia, porque en el caso particular de la presente vivencia y experiencia, el haber cursado un diplomado fue la clave y oportunidad para poder ingresar al canal, formando parte del programa “TVeo en el Recreo”.

Paso II

Oportunidad de trabajo

Muy importante para poder enterarnos de una oportunidad de trabajo en este ámbito, es estar informados diariamente y pendientes de cualquier oportunidad de casting, tanto en los diferentes medios de comunicación como en las redes sociales.

Antes de ingresar al curso y posteriormente al canal, se tuvo la oportunidad de ir a varios castings, tanto de Guatevisión como de otros canales, quedando siempre en los filtros finales, pero no seleccionado finalmente. Para informarse de esas oportunidades, se debe estar pendiente de cualquier medio de comunicación, plataformas digitales y atento a los canales nacionales para poder enterarse.

En el caso del diplomado que se cuenta en esta experiencia, fue a través de un anuncio publicado en Prensa Libre, que se supo del mismo para poder informarse e inscribirse.

Paso III

Casting u oportunidad de empleo

En dicha experiencia, los canales de t.v. evalúan las siguientes características generales, en el perfil idóneo que buscan:

- Proactivo
- Carismático
- Extrovertido
- Creativo
- Ambicioso
- Colaborador
- Servicial
- Buena presentación
- Buena educación
- Estudios en comunicación

En este caso particular que era conducción, el casting fue el diplomado como tal, porque fue allí donde se logra resaltar y mostrar la capacidad para poder pertenecer a un proyecto televisivo; que comparado a los castings anteriores donde se había tenido la oportunidad de participar, se podría decir que además de las características ya mencionadas arriba, acá se le da mucho énfasis y atención a la imagen en general del aspirante, tanto física como en la manera de vestir. Y no solo se trata de ser “bien parecido”, se evalúa que el aspirante sea agraciado y compatible en cámara, porque ha pasado que en vivo la persona resalta, pero en cámara no tanto y viceversa; luego se evalúan otros aspectos, como por ejemplo ser muy natural en la conducción, extrovertido, dinámico y espontáneo.

Es por todas estas experiencias y situaciones, que se les aconseja que al momento de ir a un casting, vayan con la mejor actitud posible, muy seguros de ustedes mismos, que de verdad se la crean frente a la cámara, que se lo disfruten

al máximo, siendo auténticos, espontáneos, dinámicos, extrovertidos, y bien presentables con su mejor vestuario y peinado.

En el caso de las mujeres bien maquilladas con tacones altos, ya que a la mayoría de productores en los canales nacionales les encanta que se vean altas y con un vestuario elegante y sensual sin caer en lo vulgar.

En el caso de los hombres, bien combinados en sus vestuarios, ubicarse en la dinámica y concepto del programa, por ejemplo, si el casting es para conducir en un noticiero ir formal de traje y corbata, pero si fuera para un programa juvenil como en el de la presente narrativa, obviamente ir a la moda con ropa juvenil del momento; maquillados (echarse polvos para quitar el brillo de la cara), si usan barba bien recortada y sino usan pues bien rasurados.

Esos consejos son en cuanto a arreglo personal e imagen, en cuanto a la forma de conducir, como se menciona antes, deben ser ustedes mismos, muy naturales sin querer imitar a alguien más, vocalizar antes de entrar a escena y siempre practicar los ejercicios de respiración. Es donde volvemos al ejemplo del noticiero vs un programa juvenil, se deben enfocar en el concepto y dinámica del programa. Porque en el caso de un noticiero, la conducción debe ser sobria, formal, moderada, con un vocabulario agradable y culto; en cambio si fuera para un programa juvenil, la conducción debe ser jovial, alegre, extrovertida, fresca, con un vocabulario coloquial y moderno sin caer en lo vulgar.

Algo muy importante, es tratar de visualizar cada casting como una final en cualquier tipo de deporte, ir con toda la actitud positiva del mundo y mucha seguridad en sí mismos.

Paso IV

Lanzamiento del programa

Luego de haber sido elegido y seleccionado en un casting, viene esta siguiente fase, donde ya definido el equipo de trabajo en la producción del programa, empiezan las reuniones semanales para planificar y definir aspectos tales como:

- Nombre del programa (algunas veces)
- Logo y línea gráfica del programa
- Segmentos y temáticas a implementar
- Definir atribuciones dentro del equipo de trabajo
- Cronograma de actividades
- Visita a posibles patrocinadores

Ya definidos estos aspectos, el programa comienza a ser lanzado a través de una campaña de expectación mediante promocionales en distintos medios y plataformas digitales de comunicación.

En el caso de “TVeo en el Recreo”, después de finalizado el proceso de elección en el tema de conducción, junto a la co-conductora (Dani Fernández), en un casting final de entre 8 participantes, por cierto; comenzaron las reuniones semanales para definir los aspectos ya mencionados en este paso. En el caso del nombre del programa, la primera opción había sido “Aula Tv” en alusión a que el concepto del programa y grupo objetivo era el mismo de la revista Aula 2.0 publicada en Prensa Libre, inclusive ya se había empezado a trabajar el demo y línea gráfica con este nombre, pero como bien sabrán, aunque Guatevisión también pertenezca a Prensa Libre, el problema fue que la revista es un departamento independiente a Prensa, por lo que ellos no estuvieron de acuerdo con el nombre.

Fue así, que mediante una lluvia de ideas surge y queda el nombre de “TVeo en el Recreo” (etimología ya explicada), en cuanto al logo (ver imagen) se utilizaron colores vivos y llamativos, donde lo que representa es un reloj marcando la hora de comienzo del programa, con el fin de posicionarlo mejor en la mente de nuestro grupo objetivo.

Esta fase llevo aproximadamente 2 meses, antes de ser lanzado el primer programa al aire, es una fase donde hay que ser muy propositivo, participativo, creativo e innovador, toda idea por muy incoherente que suene es bueno expresarla, porque de eso los demás aportan algo más y surge algo bueno.

Véanlo como una licuadora donde todos aportan diferentes ingredientes y al licuarlo sale algo bueno. Como les recalco esta etapa es muy importante, de mucha paciencia, flexibilidad y aportación, no solo porque aquí se sientan las bases y los cimientos del programa sino también porque es acá donde se conocen unos con otros, comienza la convivencia entre el equipo de trabajo.

Por lo mismo se les aconseja ser muy sinceros, no quedarse con nada, ser transparentes y directos, las cosas que no vean ni les parezcan bien, simplemente deben transmitir las y comunicarlas; a pesar de haber un orden jerárquico, recuerden que son un equipo y compañeros de trabajo.



Fuente: canal Guatevisión (2010)

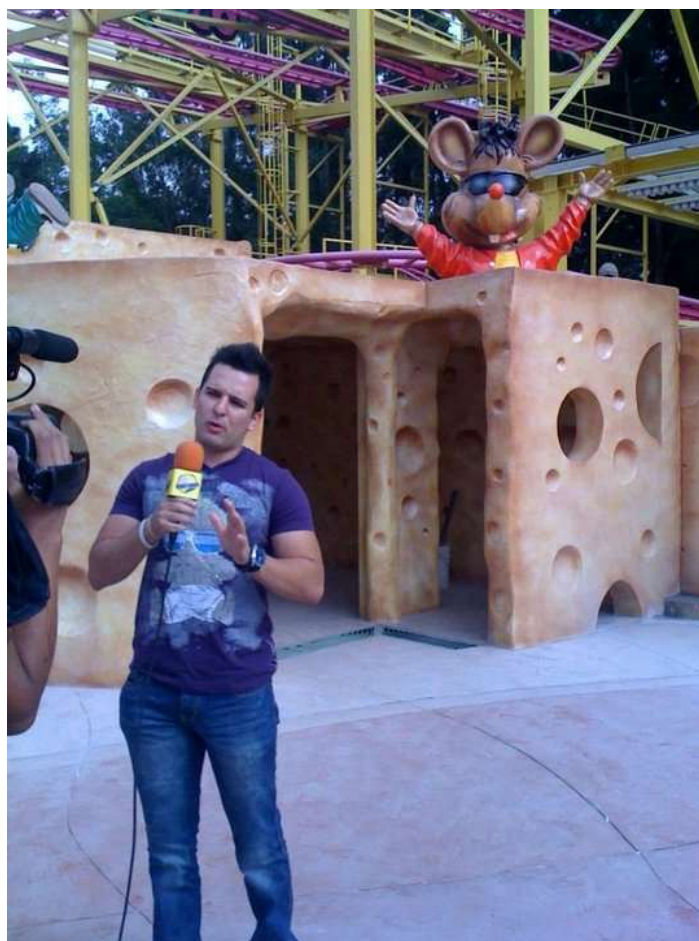
Paso V

Grabaciones

Una vez lanzado el programa al aire, se continua con las reuniones semanales con el equipo de trabajo, para definir próximas grabaciones, corregir errores que se hayan visto en la producción de cada programa, innovar y sugerir nuevos segmentos, así como colegios a visitar, etc.

Regularmente las reuniones eran todos los lunes, donde se delegaban y asignaban las grabaciones a cada conductor, de los colegios que se debían visitar. Normalmente se cubrían 3 colegios semanalmente, y sólo uno de ellos en conjunto; los demás eran notas individuales que productor ejecutivo debía delegar. El colegio que se visitaba en conjunto, era donde se aprovechaba a realizar los stands ups del programa, ya que por ser urbano y no contar con estudio propio, se decidió hacerlo de esa manera.

Un día antes de las respectivas grabaciones, el productor ejecutivo tenía la obligación de enviar un correo electrónico con copia a todos los integrantes del equipo de trabajo y producción del programa, con la escaleta de la nota específica a realizar en determinado colegio, evento escolar, etc. Y también la escaleta del programa completo semanal. Esto con el fin, de poder contar con una mejor guía del orden a seguir en cada grabación, aprovechando la gran ventaja de ser un programa pregrabado y no en vivo. El ser un programa pregrabado te da muchas facilidades y ventajas, como en el caso de poder repetir tomas las veces que sea necesario realizarlo, saber en qué momento realizar cortes para mandar a anuncios o saber el orden de los segmentos a presentar, etc. A continuación, se adjunta el ejemplo de una escaleta con dirección de producción para mención de patrocinadores:



Programa: TVeo en el Recreo.

Escala del programa del: martes 24 de agosto 2011.

No.	Contenido	Conductor
1	Introducción	
2	Stand up 1: <ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida • Presentación de las notas de hoy: Fiesta del Liceo Canadiense, haciendo escalada en Pared artificial con Daniela y la elección de representantes del Colegio Miralvalle • Primero nos enfiestaremos con el Liceo Canadiense. <p>*MENCION DE COVER GIRL 1 SEGÚN GUIÓN</p>	
3	FIESTA LICEO CANADIENSE	
4	CORTE COMERCIAL 1	

5	Stand up 2: <ul style="list-style-type: none"> • Comentarios sobre la nota. • Invitar a que nos inviten a sus eventos y actividades así como a participar en nuestras encuestas del facebook. • Ahora veremos la nota de Escalada en pared artificial que hizo Daniela. • MENCION DE DANONE con producto en MANO. Haciendo mención del guion combinado con la nota de dani que se requería mucha energía. 		
6	NOTA RAPPEL Y MENCION DE NIVEA CON EDICION ESPECIAL		
CORTE COMERCIAL 2			
7	Stand up 3: <ul style="list-style-type: none"> • MENCION DE COVER GIRL 2 SEGUIN GUION. • Presentación de la nota del colegio Miralvalle. • Vamos a ver la nota 		
9	NOTA DE MIRALVALLE		
10	Stand up 4: <ul style="list-style-type: none"> • Despedida • Recordar horarios y escribirnos. También como unirse a nuestro facebook. • La próxima semana nuevos segmentos. • Los esperamos. 		
11	Créditos finales		

MENCION DANONE

Conductora1: ¿Fede y tu como haces para aguantar el ritmo de esos hobbies que haces, siempre te ves tan fuerte y con energía?.....

Conductora2: Claro Dani, ¡¡es que me tomo un DANONINO cada mañana, que contiene hasta 2 veces el calcio además de contener vitamina D que es indispensable para que el calcio se absorba en los huesos!!

Conductora1: Ay que rico, además DANONINO es delicioso, tanto para jóvenes como para niños.

Conductora2: Consumir Calcio, Vitamina D y hacer actividad física son vitales para el crecimiento y buen desarrollo físico para hacer todas las notas que filmamos.

MENCIONES GUATEVISIÓN

CLEAN MAKEUP

Mención 1

¿Cansada de no encontrar un maquillaje para tu tipo de piel? ¡Tranquila! ¡Ahora tienes Clean Makeup de Cover Girl! ¡Un maquillaje ligero para tu tipo de piel!

Mención2

¿Piel sensible, piel normal o piel grasa? ¡Tu tipo de piel también importa! ¡Descubre el nuevo look de Clean Makeup de Cover Girl y compruébalo!

Mención3

Tu piel no es una copia de otra y por eso necesitas un maquillaje para tu propio tipo de piel! ¡Descubre Clean Makeup de Cover Girl! el maquillaje ligero para tu tipo de piel!

Mención4

El maquillaje debe adaptarse a tu piel... y no tu piel al maquillaje! ¡Descubre Clean Makeup de Cover Girl, maquillaje ligero para tu tipo de piel!

Mención5

¿Sensible, normal o grasa? Tu maquillaje debe ser adecuado para tu tipo de piel. Te presentamos el nuevo look de Clean Makeup de Cover Girl, el maquillaje ligero según tu tipo de piel.

En la escaleta también se adjuntaba el nombre del camarógrafo designado, a quien el conductor de su respectiva nota debía pasar recogiendo al canal y revisar que llevara casete de video vacío.

Para este paso lo mejor que se les puede aconsejar, es tratar de ser muy ordenados, organizados y comunicativos con su equipo de trabajo, para evitar la mayor cantidad de malos entendidos y minimizar la mayor cantidad de errores posibles en las filmaciones. Por eso es importantísimo delegar funciones y atribuciones dentro del equipo, para luego saber a quién pedirle o exigirle lo que en su momento haga falta o urja hacer.

Paso VI

Tiempo de vida del programa

El tiempo de vida de un programa de TV. depende de varios factores, pero principalmente del tiempo de pauta y cantidad de patrocinadores del mismo.

Ese fue el caso de “TVeo en el Recreo”, de lo que va depender que ese tiempo de vida sea largo o corto, es el ser creativo, innovador, diferente y único.

En el camino te puedes topar con ciertos altibajos, diferencias entre el equipo de trabajo, falta de apoyo muchas veces por parte del mismo canal, falta de organización y comunicación en el mismo.

Ejemplos que se pueden mencionar y suscitar, basados en la experiencia de este programa y que en su momento se presentaron más de una vez:

- Productor ejecutivo llamaba 2 horas antes o menos, de una grabación o evento, para exigir que había que cubrir la nota.
- Camarógrafo designado llevaba casete con poco espacio libre o llevaba cámara con poca batería.
- Editor perdía casete con ciertas grabaciones o los confundía con grabaciones de otros programas por no etiquetarlos en su momento.

Esos fueron algunos de los problemas más comunes que se dieron en los 2 años que tuvo de vida el programa, se mencionan no con el afán de crítica, resentimiento o similar, sino porque se considera importante poder alertar e instruir que no todo lo que se ve es color de rosa y no todo lo que brilla es oro,

se debe estar anuente y consciente que ese tipo de problemas siempre van a pasar, pero es ahí donde radica la importancia de esta monografía, para que pueda servir como guía y referencia de las cosas que siempre se deben tratar de hacer y las que se deben evitar hacer. De esa manera, el margen de error se minimiza y la desilusión no sería tan grande.

A continuación, se enmarcan los valores que, basados en esta experiencia, se consideran necesarios tener presentes y latentes para poder triunfar en este tipo de medios:

- Perseverancia
- Sinceridad
- Positivismo
- Transparencia
- Paciencia
- Flexibilidad
- Autocrítica
- Humildad
- Innovación
- Creatividad

Y a todo esto, debemos agregar uno de los más importantes, ser metido o como dicen los buenos chapines: “ser shutes”, en este medio se tiene que ser así y sobre todo muy perseverante. Si a la primera les dicen que no, a la segunda les dirán que sí, y si no a la tercera será; que les puedan derribar está bien, pero jamás derrotar.

El objetivo de este trabajo no es desalentarlos sino al contrario, es ser lo más sincero posible, con la mayor transparencia y veracidad del caso, desde una perspectiva y experiencia personal. En la mayoría de los casos, a un canal o medio de comunicación masivo, se logra entrar por cuello o por tener talento y ser perseverante.



Fuente: Prensa Libre (2011)

CONCLUSIONES

1. El canal Guatevisión tiene que competir con canales abiertos nacionales que forman parte de la transmisión de la televisión cerrada. Como también tiene que competir con otros canales cerrados. En ese sentido, sus competidores de televisión abierta nacional y cerrada, logran tener una programación más atractiva debido al gran recurso de inversión que se encuentra detrás de sus dueños (son canales cerrados, que pertenecen a un gran consorcio internacional).
2. El proceso de pre y post producción del programa TVeo en el Recreo de la franja juvenil de Guatevisión se llevaba a cabo tomando en cuenta la audiencia joven y fresca, con el único objetivo de satisfacer sus exigencias, gustos y necesidades de una forma sana e instructiva, que se desarrollaba en los centros escolares que eran seleccionados.
3. El programa “TVeo en el Recreo” inicio en el año 2010 y finalizó en 2012, la finalización del mismo se dio por varios factores, pero principalmente del tiempo de pauta y cantidad de patrocinadores en el mismo.

RECOMENDACIONES

- Los jóvenes pasan mucho tiempo frente al televisor, pero no se identifican con ninguno de los programas que se emiten actualmente en el canal. Por lo tanto, se recomienda incluir más programas para grupos objetivo de jóvenes en el programa diario.

Guatevisión es un canal que promueve y enfatiza los valores y la identidad nacional, con programas dedicados a cada familia. Por ello, el programa “Tveo en el Recreo” fue diseñado para ser una opción viable de entretenimiento y educación para el canal, siguiendo estos lineamientos.

Precisamente ese fue el espíritu y objetivo principal de haber creado La Franja Juvenil de Guatevisión. Por lo que se sugiere mantener y promover ese tipo de espacios, para el constante entretenimiento sano de los jóvenes y adolescentes.

- Aprovechando al máximo la sala de televisión de la escuela, debería incluirse en el plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación una asignatura dedicada a la producción televisiva. De igual manera, realizar talleres y excursiones para visitar diversos canales de televisión nacional y foros de programas, o realizar los mismos, bajo supervisión para dar una imagen más clara de la realidad en la que realmente se puede desenvolver y pertenecer a un medio de comunicación nacional.
- Realizar, incentivar y promover la creación constante de nuevas propuestas de programas juveniles televisivos en general, tanto para los canales de televisión abierta como de cable dentro del país. Prueba de ello es la carencia de este tipo de trabajos, dedicados a la producción televisiva, siendo uno de los campos profesionales más importantes dentro de la carrera.

Referencias Bibliográficas

1. Alvaray y cols. (1991). La oferta de la televisión venezolana (estudio de un día de programación en 13 televisoras), Colección Canícula, Caracas.
2. Avilés, Mary Julia y Lloret, Sonia (1996). Análisis comparativo de una semana de televisión en Venevisión, RCTV, VTV y Televen, Tesis de grado de la Escuela de Comunicación Social, UCAB.
3. Barroso, Jaime (1988). Introducción a la realización televisiva, Madrid, Edit. STELVIO, p.115.
4. Bravo Raymond (1993). Producción y Dirección de TV. México (1993), editorial Limusa.
5. Calderón López, Eugenio García (1980). Televisión Volumen I. Edita, Departamento de publicaciones de la E.T.S.Ingenieros de Telecomunicaciones.
6. Cebrián Herreros, Mariano (1998). Información Televisiva: mediaciones, contenidos, expresión, programación, Síntesis, Madrid.
7. D'Victorica, Raúl (2020). Producción en televisión, procesos y elementos que integran la producción en televisión, México. Editorial Trillas
8. Díaz Soloaga, P., García, C., Ruiz, J. A., De Miguel, R., Muñiz, C. y Manferrer, J. (2006). La violencia en los informativos. Investigación sobre los informativos de noche y su recepción y efectos en la infancia. En A. Vara, J. R. Virgili, E. Giménez y M. Díaz (Eds.), La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M. Pamplona: Eunsa, 537-548.

9. Frutos, Juan Tomás (2004). "Diseño y Producción de Programas en Televisión" y "Géneros Informativos Audiovisuales", Facultad de Ciencias de la Comunicación y Documentación de Murcia.
10. González Estrada, Ana Luisa (2007). Proceso de producción del programa "Mundo Joven", Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, USAC. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
11. González, Brenda (2003). Dificultades que afrontan las productoras independientes para producir y transmitir sus proyectos audiovisuales. Un ejemplo: Producciones La Camioneta, Guatemala, Universidad Francisco Marroquín, Tesina de Licenciatura inédita.
12. Hernández Alvarado, Rosy Livy (2005). Características de dos programas de televisión transmitidos por cable en la ciudad de Huehuetenango. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, USAC. Escuela de Ciencias de la Comunicación.
13. Igartua, J.J. y Humanes, M. L. (2004). Teoría e investigación en comunicación social. Madrid: Síntesis.
14. Lucas Cajas, Cicibel (2004). "GÉNESIS Y EVOLUCIÓN DE LA TELEVISIÓN EN GUATEMALA", RAZÓN Y PALABRA: Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación.
15. Martínez Abadía, José (1997). Introducción a la tecnología audiovisual; Televisión, vídeo, radio. Barcelona. Paidós Comunicación.
16. Montero Rivero, Yolanda (2009). "TELEVISION, VALORES Y ADOLESCENCIA". GEDISA.
17. Morduchowicz, Roxana (2010). "La TV que queremos: una televisión de calidad para chicos y adolescentes". Buenos Aires: Paidós.

18. POHLENZ, Alejandro. Etapas de la Producción de programas de televisión a gran escala, Lima (1991).
19. Polanco Vásquez, Luis Alfredo (2011). Propuesta de programa en televisión dirigido al público adolescente y transmitido por Guatevisión, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, USAC.
20. Roglán, Manuel y Equiza, Pilar (1996). Televisión y Lenguaje, Barcelona, Edit. Ariel, p.110.
21. Quijada, Miguel (1994). La Televisión, análisis y práctica de la producción de programas, México, Edit. Trillas, 2°ed.
22. Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la 'teoría del encuadre' (framing) en comunicación. Comunicación y Sociedad. Pamplona: Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra, 14 (2), 143-175.
23. Sádaba, T. (2008). Framing: el encuadre de las noticias: el binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía.
24. Scheufele, D. A. (1999). Agenda-setting, priming and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication. Mass Communication & Society, 3 (2-3), 297-316.
25. Scheufele, D. A. (2000). Framing as a theory of media effects. Journal of Communication, 49 (1), 103-122.
26. Tórtola Lanuza, Irma Aracely (2003). Proceso de Producción y Tele audiencia del Programa Sal y Pimienta. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, USAC. Escuela de Ciencias de la Comunicación.

E – grafías

- Bychica (2007), "LA TELEVISION EN GUATEMALA" www.la-television-en-guatemala.html (22/11/2015, 20:30 p.m.)
- Guzmán Cárdenas, Carlos (2008), Tendencias de las industrias de la sociedad de la información, www.cibersociedad.net (21/11/2015, 18:25 p.m.).
- Lucas Cajas, Cicibel (2004), Artículo Razón y Palabra, www.revistaeducativa.es (21/11/2015, 17:35 p.m.).
- PB Works (2015), Producción de televisión, productiontv.pbworks.com/w/.../Funciones-de-la-producción (25/11/2015, 15:20 p.m.).