



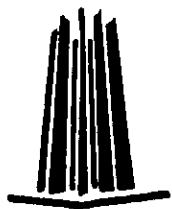
**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES

CAMPUS ARAGON

**“SENSACIÓN DE VIVIR”
LA PROPUESTA**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN COLECTIVA
P R E S E N T A:
CLAUDIA IVONNE ESQUIVEL RODRÍGUEZ



SAN JUAN DE ARAGÓN

2000

186130



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADEZCO A DIOS...

Por todos los triunfos y fracasos que me han convertido en lo que ahora soy.

A mis padres...

Por todo el apoyo y la confianza que han brindado en mi, y que siguiendo mis pasos me han impulsado a alcanzar una de mis metas en la vida.

A mi hermano...

Quien ha sido una fuente de inspiración para superarme.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO 1 LA INDUSTRIA TELEVISIVA.	
1 1 El Medio televisivo	9
1 2 la televisión y la empresa de la publicidad	13
1 3 La televisión como industria de la cultura social	17
CAPÍTULO 2 FUNCIONES DE LA TELEVISION A TRAVÉS DE SUS PROGRAMAS.	
2 1 El Régimen legal	27
2 2 Las funciones	31
2 3 La Realidad	37
CAPÍTULO 3 LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA.	
3 1 Producir	44
3 2 Proceso de Producción	47
3 3 Elementos de Producción	51
3 4 Mensaje	69
CAPÍTULO 4 “SENSACIÓN DE VIVIR” LA PROPUESTA	
4 1 Proyecto de serie	73
4 2 Estructura del programa	81
4 3 Las secciones del programa	83
Conclusiones	99
Bibliografía	102

INTRODUCCIÓN

Que agradable es vivir rodeado de un amigo sincero que te habla sólo cuando tu quieres, te acompaña en las horas de estudio y de descanso te regala sus conocimientos y te entretiene, que a través de ideas y propósitos te enseña, divulga ya que siempre está dispuesto a servirte, también a informarte respondiendo a las preguntas ¿qué? ¿cómo? ¿cuándo? ¿dónde? y ¿por qué?, y por si fuera poco es capaz de ser un intermediario para transmitirte los mensajes que se te quieren hacer llegar.

"Te será fácil hallarlo a tu lado con solo apretar un botón y has de llamarlo televisión"

Y es que la televisión ha demostrado que es posible concebir una forma de acercamiento, e identificación entre ella y el hombre, entre ella y el medio ambiente natural, entre ella y la sociedad.

La televisión se ha convertido en parte integrante de nuestro mundo social y en un elemento esencial en casi todos los campos de las actividades cotidianas, desde aprender a cocinar hasta como mantener la unión familiar. Utilizamos el medio televisivo para comunicar, para producir servicios, para suministrar productos y artículos de consumo, conocer lugares, países y ciudades e incluso para divertirnos, llevando siempre implícito un mensaje. Éste se articula como una comunicación artística en la que el proyecto fundamental es advertir un determinado efecto en torno a los intereses de quienes trabajan en los medios, en este caso la televisión.

Es por eso el interés en el presente trabajo de revisar el papel que juega la televisión en la sociedad y en la cultura, no sólo por su importancia intrínseca con todo lo que nos rodea, sino también como parte del periodismo y la comunicación pues es bien sabido que en los

medios informativos(radio, televisión, prensa)es donde se puede observar mas acentuadamente

Ahora bien, Todo lo que la televisión presenta por medio de imágenes han surgido de pensamientos, sueños e ideas donde el autor manifiesta alguna inquietud expresada en un programa o serie de televisión que ha de seguir un proceso para su producción, regido por una serie de leyes y reglamentos para ver culminada su realización de ser presentado al publico de acuerdo a los lineamientos que establece el medio televisivo

Y he de aquí mi inquietud por exponer en este trabajo de forma teórica algunos aspectos que conlleva la televisión como son, su rol y lazos dentro de la sociedad, lo que se hace antes y después de ser presentado un programa al televidente estos puntos se mostrarán en los capitulos siguientes.

La industria televisiva, que de forma general define que es y como está constituida la televisión.

Funciones de la televisión a través de sus programas, que expone los compromisos sociales de dicho medio ante el espectador y el público presente.

La producción televisiva, que señala los requerimientos y necesidades para realizar un programa o serie

"Sensación de Vivir" la propuesta, aquí se llevará a la práctica lo que es la idea de un programa de televisión en vivo, siguiendo uno a uno los pasos que se demandan para la realización de la emisión, que tratando de ser de corte social intenta reflejar y dejar aflorar sentimientos, motivacion, animacion cualquier tipo de provocacion de forma positiva en la gente, la sociedad y el pueblo, a través de un espacio de expresión que muestren la creatividad y el gusto propio de los

participantes por medio de las secciones que ha de tener el programa, dando un mensaje de valores tanto culturales como sociales.

Sensación de Vivir tratará de "compensar" de alguna forma las limitaciones artísticas, científicas etc. del hombre ya que por ejemplo, muchas veces por determinadas circunstancias, sólo puede dedicarse a su trabajo el cuál requiere únicamente una destreza parcial, ésta le da en ocasiones la impresión de no vivir sino a medias ya que otras potencialidades suyas quedan inactivas sin encontrar a qué o en qué aplicarse, para beneficio de su salud física, mental y espiritual,

Y aunque existan varios programas tal vez con el mismo propósito y hasta del mismo tipo de género, es indiscutible que cada uno de ellos tiene su sello particular que lo hace distinto a los otros, un ejemplo sería en Sensación de Vivir

Capítulo 1

La industria televisiva

1.1 EL MEDIO TELEVISIVO

La televisión es el resultado de uno de los rasgos más característicos del ser humano: su insaciable curiosidad. El hombre siempre ha soñado con la posibilidad de poder hallarse simultáneamente en dos sitios, de poder darse cuenta de lo que ocurre en distintos sitios al mismo tiempo. Lo que el hombre soñaba y anhelaba era la televisión. Pero antes de inventar esa caja mágica tuvo que adquirir conocimientos en muchos campos: óptica, magnetismo, astronomía, química, electrónica y otras disciplinas más. La televisión no surgió como por arte de magia.

Para obtener la televisión, o sea para ver lo que ocurría a distancia, el hombre tuvo que crear un aparato capaz de reproducir las maravillosas cualidades del ojo humano y el oído humano. Es más, requería la creación y el perfeccionamiento de un aparato capaz de transmitir imágenes y sonidos a través de grandes distancias en apenas una fracción de segundo.¹

La televisión se asemeja al cine porque ambos presentan una serie de imágenes separadas: 30 por segundo en televisión y 24 por segundo en cine.

Un televisor necesita muchas piezas, y cada una realiza diferentes tareas. Cada parte del televisor cumple una función distinta para que este funcione.

Lo que vemos en televisión no es la acción misma sino imágenes estáticas que comunican la ilusión del movimiento continuo, pues ya que el ojo humano no puede retener la impresión de las imágenes más de una décima de segundo, al proyectarse dichas imágenes con mucha mayor rapidez, el ojo humano las imbrica o sobrepone y ocurre la sensación de movimiento continuo.

¹Miguel Ángel Quijada Soto. La Televisión análisis y práctica de programas. p. 11

Básicamente, el procedimiento de captación y transmisión de imágenes de televisión es similar en todos los países, pero hay sistemas con ciertas diferencias entre ellos, motivadas por exigencias de explotación debidas a razones étnicas, económicas, etc

La palabra **televisión** significa **visión a distancia**, y fue pronunciada por primera vez en el Congreso Internacional de Electrónica el año 1900.

Desde entonces, los países tecnológicamente más avanzados, como Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, Francia y la ex Unión Soviética, concentraron sus experimentos para lograr que el sonido fuese acompañado por imágenes.

La televisión comenzó a acompañar a la historia del mundo, registrando imágenes de muchos de los hechos notables que ocurrirían en ella

El **televisor** es el equipo que permite recibir y emitir las imágenes logradas por las cámaras. En un comienzo, este era costoso y estaba restringido a los sectores de mayores recursos. Al término de la Segunda Guerra Mundial, en Europa y Estados Unidos este dejó progresivamente de ser un "juguete" caro, y empezó a constituirse en la manera de relacionarse con el mundo desde la comodidad del hogar. Con él se disponía de una ventana al mundo exterior, a través de la pantalla chica.

La televisión es producto del esfuerzo y cooperación de muchas personas con diferentes especialidades, es decir una creación colectiva, de ahí que la televisión basa su funcionamiento en elementos como lo son:

1.- **Un cuerpo directivo.** Que se encarga de enmarcar las directrices globales relativas a la naturaleza, contenido, y nivel de los programas.

2 - Un cuerpo técnico. Encargado de llevar a cabo la producción de mensajes propiamente dichos, de acuerdo a las políticas de comunicación establecidas por los directivos.

Este cuerpo comprende diversas áreas de acción. En primera instancia se encarga de la cotización y adquisición del equipo necesario para la producción y transmisión de los programas del canal. Tiene a su cargo el personal para tres actividades inherentes a este departamento.

- a) *Personal técnico de transmisión*, cuya función es la operación y mantenimiento del equipo transmisor que generalmente se encuentra ubicado en un lugar estratégico para mejorar el viaje de la señal a través del espacio. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes debe autorizar el lugar para la instalación del equipo.
- b) *Personal técnico de producción*. Es el staff de operadores que sirve de apoyo a los directores del canal para realizar los programas, camarógrafos, iluminadores, microfonistas, operadores de video, de equipo de video-tape, etcétera. Este personal depende directamente del gerente técnico, pero son destinados a los directores de programas exclusivamente para apoyarlos en su labor.
- c) *Personal técnico de instalación y mantenimiento de equipo*. Como su nombre lo dice, la labor de estas personas se concentra en instalar el equipo necesario y vigilar su buen funcionamiento mediante el mantenimiento preventivo y correctivo de todo el equipo de la estación televisora.

La acción más importante de este personal es realizar su labor en cualquier tiempo y circunstancia, llevar a cabo su trabajo sin menoscabar las actividades ordinarias de la empresa.

En el aspecto técnico es donde realmente se puede decir que es el origen o comienzo del medio (la televisión). Aquí se ubica toda la serie de descubrimientos e invenciones tecnológicas, en donde se combinan

los sistemas de audio y video para ser transmitidas simultáneamente por el espacio

Técnicamente podemos definir a la televisión como

Un sistema electrónico con capacidad de captar y reproducir a distancia una imagen de una escena real, filmada o grabada.

- **Administrativo**

El desarrollo administrativo de una empresa de televisión es muy similar a cualquier otra organización o negocio. La dependencia administrativa en televisión es la que maneja el área de personal, contraloría y compras de almacén.²

Por ser el elemento humano la parte más preciada de las empresas productivas, el renglón más importante es y será siempre contar con el personal capacitado para la realización de las labores que se desarrollan en las diferentes áreas de trabajo

La administración de personal plantea una serie de complejos sistemas de captación, evaluación, desarrollo, promoción y control de personal; forma parte activa en la selección y contratación del mismo.

Contraloría y contabilidad controla, supervisa, hace inventarios, programa pagos, cobranzas y movimientos bancarios, así como todos los trámites financieros: balances, pago de cuentas a clientes, proveedores, actores o sindicatos de actores, personal y servicios. Un sinfín de actividades relacionadas y conexas que tienen injerencia como parte de control efectivo y activo de la empresa, en el buen cuidado del capital, así como la certificación de que todos los trámites exigidos por las autoridades se lleguen a cumplir en los plazos establecidos.

El departamento de compras tiene como actividad primordial la de proveer los medios y materiales necesarios para la marcha eficiente

² Jorge González Treviño. Televisión y Comunicación. Págs. 63-64

de las labores que se han de realizar en la empresa. Tendrá por tanto, bajo su supervisión directa los trámites de adquisición y recepción de la mercancía solicitada, a fin de comprobar que la calidad, cantidad y precio de las mercancías sean de las especificaciones contratadas y las requeridas para cada función específica dentro del desarrollo de las actividades de la empresa.

Las tareas del comprador incluyen la búsqueda de información, en algunos casos la cotización de la mercancía, la comparación de precios, así como su compra, traslado y recepción. Es importante la estrecha relación del comprador con el gerente técnico, porque las compras más delicadas de una empresa televisora son precisamente las del equipo técnico y sus refacciones.

1.2 LA TELEVISIÓN Y LA EMPRESA DE LA PUBLICIDAD

Es del dominio público que la televisión y la radio están dedicadas casi totalmente a los anuncios de las grandes empresas extranjeras, mixtas y algunas nacionales. La gran prensa, la radio y la televisión comerciales dependen vitalmente de la venta de anuncios y quienes los pagan determinan en buena medida la línea política general de los medios de comunicación.

En los esfuerzos de los monopolios por aumentar sus ventas sin comprometer la existencia de ganancias adicionales encontramos la explicación fundamental del enorme desarrollo del arte de vender y anunciar(publicidad), que es una característica tan notable del capitalismo de monopolio. Esta evolución asume muchas formas, inclusive el intento de atraer clientes por medio de empaques y rótulos sugestivos, el mantenimiento de cuerpos de vendedores y publicistas, tal vez lo más importante de todo, la emisión continua de enormes

cantidades de anuncios a través de periódicos, revistas y estaciones de radio (y por supuesto en las dos últimas décadas, la TV)³

La publicidad es el arte de buscar los procedimientos más adecuados para promover y divulgar un producto o una idea. La creatividad es su motor principal, su fuente de energía para lograr sus objetivos.

Los creativos de publicidad se plantean ciertas preguntas, acerca de la **imagen**, el **sonido** y los **colores** más adecuados para un determinado comercial que quieren realizar.

Se ha comprobado que el consumidor compra motivado por un conjunto de imágenes que identifican una marca, tales como el envase, el tipo de publicidad, el eslogan o frase, adoptar los gustos de sus iguales, prestigio del producto o fabricante, etcétera. Por esto es necesario determinar a qué grupo (edad, sexo, nivel socioeconómico) va dirigido el producto que se quiere promover.

- **Recursos utilizados en publicidad**

Imágenes: se utilizan personajes, reales, de ficción o caricaturas, con los que las personas se sientan identificadas y por los que se sientan atraídas.

Color: el color produce sensaciones físicas que ayudan a transmitir un determinado mensaje, siendo los colores cálidos (cerca del rojo) los favoritos para el público infantil y juvenil, ya que mueven a la acción.

³ Victor M. Bernal Sahagún. Anatomía de la publicidad en México. p. 34-35.

Sonido: la música es el gran llamado de atención de los comerciales. Es el elemento que agrega el ambiente a las imágenes. Por medio de su repetición, el comercial es recordado.

La marca: símbolo, logotipo o sello que representa a la compañía, empresa, servicio, etcétera. El logotipo se crea teniendo en cuenta el tipo de producto o servicio que se va a promover, y para él se elige un tipo de letra característico. La marca debe fijarse en la mente del consumidor, por lo que ha de ser simple, original y legible.

Eslogan o grito de guerra: es una frase que acompaña a la marca, redactada con la brevedad y originalidad suficiente para que, repetida constantemente, quede grabada en la memoria del consumidor, asociada al producto o servicio

Los publicistas intentan vender algo mas que el simple producto, venden la imagen que va con él y manipulan la imagen por medio de señales que son poderosas en sus efectos.

Los anuncios no crean necesidades en la gente: acentúan y canalizan las ya existentes, por tanto se han inclinado a concentrarse menos en la utilidad del producto mismo que en promover las asociaciones, o las imágenes del producto en las mentes de las personas. Para hacer esto con éxito y para desplegar imágenes que rastreen las necesidades y las estimule, los publicistas intentan comprender primero lo que es la estructura profunda de la conducta, para de ahí acentuar las pequeñas diferencias entre su producto y el de la competencia engendrar un interés por producto. Al hacerlo así intentan movilizar emociones, dirigir actitudes y encausar modos de conducta social.⁴

⁴ J.P Baggaley/S.W. Duck. Análisis del mensaje televisivo. p. 146

Es contra ese fondo que se ha sostenido a veces que comprar algo es una forma de ratificar la identidad propia o con más precisión, de expresar qué identidad se quisiera tener. A este nivel el anunciador deja de vender un producto y comienza a vender un sueño.

CON ELLO SE SUBRAYAN LAS NECESIDADES DE:

- **Seguridad emocional** (un producto quita las preocupaciones de la vida)
- **Afirmación de la dignidad** (como se le ofrece al exaltar el papel de la abrumada ama de casa).
- **Gratificación del ego** (que el consumidor se sienta importante en su relación con el producto y con otra gente).
- **Salidas creadoras** (insinuación de que no todo el trabajo es realizado por el producto).
- **Objetos de amor** (niños adorables para publicitar guisantes precocidos).
- **Sentido del poder** (al mostrar que el producto es empleado por gente que toma decisiones importantes o que conduce poderosos automóviles)

Existe así mismo, desde luego un fuerte elemento sexual que es inherente a muchos anuncios.

Al espectador no se le ofrece simplemente el producto solo. Como en un contexto informativo o persuasivo, las características más necesarias para el espectador son, percibir una credibilidad: es esto lo que los presentadores tratan de sugerir.

En México como en todos los países capitalistas, desarrollados o no, con mayor o menor grado de intervención estatal, la publicidad es parte del instrumental de las clases dominantes para conservarse en el poder e influye y refleja las contradicciones del sistema.⁵

1.3 LA TELEVISIÓN COMO INDUSTRIA DE LA CULTURA SOCIAL

La importancia de la televisión en la vida social y en la vida cotidiana de los individuos es tal, hoy en día que podemos enfocar parcialmente la evolución de la civilización contemporánea analizando los efectos y las funciones de ese instrumento de información, de comunicación, de distracción y de cultura, pero para comprender esta importancia, primeramente hay que detenernos en lo que es **comunicar**:

Etimológicamente hablando, es convertir algo común, por tanto, la comunicación es, en su principio, el paso de lo individual a lo colectivo y la condición de toda vida social. De un modo general, la comunicación consiste en un intercambio de mensajes cargados de significados y puede presentar aspectos varios puesto que, tal como observa Claude Levi-Strauss, puede referirse tanto al intercambio de mujeres entre grupos como al de bienes y servicios o al de palabras.

⁵ Víctor M. Bernal Sahagún. op.cit. p.138

A ese nivel, es un proceso esencial, no sólo de la socialización, sino también de la formación del individuo, en la medida en que esté adquiere conciencia de sí interiorizando los conductos en el intercambio de mensajes significativos.⁶

Así pues la necesidad de ordenar y comprender su ambiente es una necesidad primordial para toda persona (Kelvin, 1970), y su apoyo en otros para obtener los datos con los que llega a comprender el mundo, a valorar sus propias capacidades y a medir las actitudes ajenas a él, ha sido indicado por Festinger (1954).

El apoyo del hombre en otros hombres y en grupos, como puntos de referencia, es remplazado por el apoyo en la televisión como punto de referencia y por la visión del mundo que la TV refleja en el contenido de sus programas. La dinámica de la televisión, toma un ímpetu considerable de su influencia sobre las necesidades, particularmente la necesidad de información.

Han pasado los días en que una persona podía, por ejemplo, saber por sí misma las diferencias entre los diversos tejidos de ropa que se le ofrece, o pedirle a un amigo que lo hiciera por él y en que no había mayor elección entre las virtudes presuntas de los diferentes tipos de transporte (siempre se trataba de caballos), etc. en consecuencia, han pasado los días en que un individuo podía razonablemente confiar que llevaba en su cabeza toda la información necesaria para tomar decisiones racionales y medidas al manejar sus asuntos diarios, o que simplemente podía consultar a otros integrantes cercanos a su comunidad para obtener el adecuado consejo.

La tecnología moderna es ahora tan compleja que las personas no confían en entender siquiera los principios generales de algunas de las cosas que utiliza diariamente (como los teléfonos, las grabadoras de

⁶ Jean Cazeneuve. El hombre telespectador. pg. 7.37

cassette, la televisión misma, la electricidad) En ese sentido, las previas y presumiblemente y confiables fuentes de información son fácilmente remplazadas por una fuente más accesible y de vasto alcance que tiene acceso más rápido a los expertos y que es la televisión. Esta ahora ejerce una influencia más urgente en los motivos y necesidades de los espectadores. Por esta razón se ha convertido en el medio a través del cual se presume que las otras necesidades del hombre pueden ser manipuladas, acentuadas y canalizadas. Tales efectos, como pueden ser intencionales o voluntarios.

Desde la década de los años sesenta, la televisión se empezó a utilizar como un medio de comunicación interna en las organizaciones, adicional a los memorandos, boletines, revistas y periódicos internos, reuniones y audiovisuales.

La televisión (considerada por algunos expertos como "la forma de comunicación más efectiva"; Brush & Brush, 1986:14), fue ganando importancia hasta convertirse en el principal medio de entrenamiento y capacitación en compañías de todo el mundo, y una de las formas más eficaces de comunicación entre la empresa y sus públicos internos y externos.

Debemos en consecuencia examinar ahora con mayor detalle, el fundamento para el impacto persuasivo de la televisión dentro de un contexto social dado. Nos preocupan específicamente aquí las necesidades sociales generalmente observables que tienen todos los hombres y las formas en que la TV las atiende, las que surgen de la humanidad del hombre y de los procesos sociales que influyen sobre ella.

Por ello me he permitido citar los puntos por los que a mi parecer la televisión se identifica social y culturalmente con el hombre:

➤ **Es la forma de recreación más barata.**

Ya que esta a la mano y no hay que pagar nada por ella (salvo que se trate de la televisión por suscripción)

Independientemente si se tiene o no dinero para gastar, y se quiere gastar, y si se es de clase alta o media

➤ **Es una ventana abierta al mundo.**

Por la universalidad de su mensaje tanto en imágenes como en conocimientos y variedad de experiencias. Hace pasar de lo local, regional a lo nacional, internacional o universal, con una rapidez asombrosa

Al acortar las distancias visuales, la televisión nos permite conocer cosas que, de no ser por ella, nos sería casi imposible observar: la erupción de un volcán, el interior de una nave espacial, la superficie de planetas lejanos, etc. además nos muestra imágenes que el ojo humano no puede ver, con mayor detalle y mejor que la vista.

A través de los distintos géneros (drama, documental, deportivo, musical, noticioso, humorístico, etc.), podemos acceder a conocimientos científicos, culturales, históricos, que la televisión divulga en una forma más fácil de comprender, por el lenguaje que emplea.

➤ **Aumenta la información de la persona, cuantitativa y cualitativamente.**

Vida, color, movimiento y sonido son aspectos que pueden ayudar al desarrollo de los conocimientos y también de las aptitudes. Si se logra que ese mundo de sensaciones se perciba activa y críticamente, la televisión ayuda a desarrollar la curiosidad y la imaginación, hacia la

creatividad y el aprendizaje útil. Y por tanto, enriquece la experiencia, ayuda a tener una mente más abierta y a fortalecer las relaciones con los demás

➤ **Sirve para que las personas se sientan acompañadas.**

Muchas personas en el mundo tienen como única compañía el televisor. No es lo deseable, ni remplace la presencia de los demás, sobre todo seres de la propia familia.

Nos sentimos unidos a las penas o alegría de los personajes reales o ficticios de la televisión que consideramos nuestros.

El público sufre con los personajes favoritos, hace fuerza por él, lo alienta, se ríe con él y, muchas veces, se siente representado por él, dándose así una solidaridad que puede ser positiva.

La televisión enseña también a convivir, el seno de la propia familia y en los otros ámbitos en los que se desenvuelven las personas con base en el enriquecimiento de la experiencia y el conocimiento de costumbres y culturas muy diferentes

➤ **Puede ser un instrumento excelente para dar a conocer valores humanos.**

Gente que lleva una vida dedicada a servir a la comunidad, héroes reales, de carne y hueso, en contraste con algunos héroes de la televisión, cargados de poderes a veces absurdos o ridículos.

➤ **Puede ser una especie de escuela masiva y popular.**

Muy rica en posibilidades, que hace más grata, rápida y sencilla la tarea de aprender.

Sin la televisión sería imposible conocer en toda su extensión y detalle las grandes obras arqueológicas y arquitectónicas del arte de todo el mundo (las pirámides de Egipto, el Coliseo romano, las ruinas de Grecia o las ciudades incas de los Andes Peruanos, por mencionar solo unas pocas).

A través de la televisión podemos entrar a los museos más importantes del mundo (Paris, Londres, Washington, el Cairo etc).

➤ **Debe cumplir también la misión de elevar el nivel cultural de sus audiencias.**

Lo anterior se explica, en parte porque la televisión no requiere conocimientos previos de ningún tipo. Ni siquiera hace falta saber leer o escribir. Al contrario puede ser un estimulante audiovisual que permita aprender la escritura y la lectura.

Siempre está a la mano, y esta disponibilidad es un gancho para usarla, porque no necesita la preparación del deporte o de los juegos y ejercicios al aire libre.

Es muy cierto que debido a brechas generacionales o por gustos muy personales, la televisión incomunica a la familia cuando se trata de

ver un solo programa, pero cuando hay una serie que es de la preferencia de toda la familia entonces.

➤ **La televisión es un instrumento de diálogo en familia.**

Verla juntos padres e hijos, es positivo porque facilita las aclaraciones y explicaciones por parte de los padres.

En la medida en que la televisión se incorpora a la vida de la familia y no al revés, es vehículo de unión que puede contribuir a elevar la calidad de vida de la familia si se seleccionan bien los programas.

➤ **La televisión es un elemento útil para la educación formal.**

Es muy deseable que los centros educativos enseñen a ver televisión y a sacar un provecho mayor de su contenido.

Por ejemplo para la educación a distancia (el bachillerato o niveles superiores de educación o educación especializada), y para la captación de la gente a través de programas, videos, etc

➤ **Facilita el intercambio de experiencias entre gente de muy distintas latitudes.**

Especializaciones de trabajo, etc. por ejemplo por medio de las sesiones interactivas vía satélite.

➤ **Enriquece el lenguaje científico y técnico**

Difunde términos técnicos que llegan a ser populares. Y en ese sentido amplía el vocabulario de las personas.

➤ **Contribuye al civismo y la solidaridad.**

Su alcance masivo y popular la dota de esa posibilidad de estar al servicio de valores esenciales para una comunidad, por ejemplo a través de campañas cívicas, de salud de prevención del alcoholismo de hallazgo de personas extraviadas, de información sobre condiciones de transporte, o para difundir mensajes sobre seguridad, etc.

Puede ser un medio para fomentar un sano nacionalismo, pero esto depende mucho de la conciencia que tengan a ese respecto los responsables de las televisiones estatales o privadas

➤ **Ayuda a cortar distancias generacionales y de clase.**

No solo porque permite el diálogo entre generaciones sino porque puede contribuir a superar prejuicios raciales discriminación por razón de sexo, etcétera. Hay una cierta igualdad de oportunidades frente a la televisión. Es decir, la ven al tiempo toda una familia y millones de familias más.

➤ **La televisión puede contribuir positivamente al desarrollo mental de las personas.**

Podríamos considerar como programas positivos a aquellos que tienen contenidos sanos, no violentos, ni eróticos, que permiten a las familias disfrutar de un momento agradable frente a su televisor, y en algunos casos, obtener algún tipo de enseñanza.⁷

⁷ Jorge Yarce. Televisión y Familia. p. 182, 183,201,228.

La pantalla es el punto donde se reúnen los dos pedazos de la tablilla de arcilla o del objetivo dividido en dos, por un lado las imágenes, por otro lado el mundo.

La televisión se ha vuelto el mediador por excelencia, de quien se espera que funcione sin desfallecer puesto que él es quien posee el poder de unirnos al mundo, de explicárnoslo, de volverlo coherente.

Capítulo 2

Funciones de la televisión a través de sus programas

2.1 EL RÉGIMEN LEGAL

Una de las características principales de la ley es su publicidad, antes de que los gobernantes o destinatarios de una disposición legislativa tengan que cumplirla, y se tenga por disposición obligatoria, los ciudadanos deben estar en condiciones de conocerla.

“Los gobiernos, además de informarse, deben informar oportunamente a los ciudadanos de todos aquellos asuntos de interés general. En los estados modernos la información es una necesidad que los gobiernos están obligados por ley en muchos casos a satisfacer. Con relación a esto, Henrique González Casanova destaca la visión que tuvieron los innovadores del siglo XVIII y XIX al conferir a los gobernantes la responsabilidad de informar y de informarse”.⁸

En nuestro país la Constitución establece en su artículo 72, inciso a), la obligación del ejecutivo de publicar las leyes aprobadas por el Congreso. La ignorancia del derecho o de las leyes debidamente promulgadas no sirve de excusa y a nadie beneficia.

Karl Deutsch, al hablar de la necesidad de que el poder ejecutivo informe, afirma que no es posible exigir que se cumpla un mandato sin un flujo de información que llegue previamente a quienes deben de cumplir esa orden, ya que es imposible que alguien pueda cumplirla, a menos que sepa de qué orden se trata, de tal modo que la información debe preceder a la obediencia.

En el ámbito de la televisión mexicana, existen Documentos oficiales como “**Ley Federal de Radio y Televisión**” que decreta El Congreso de los Estados Unidos Mexicanos y que refiere lo siguiente:

⁸ Virginia Dávalos Osorio, Antologías de la ENEP ARAGON. Régimen Legal de los Medios de Comunicación, p.19

ACTIVIDAD DE INTERÉS PÚBLICO:

Artículo 4º La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público por lo tanto, el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social

Artículo 5º La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones:

I. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

II Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

III Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

IV Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales

PROGRAMACIÓN VIVA

Artículo 73. Las difusoras deberán aprovechar y estimular los valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de arte mexicanas, dedicando como programación viva el mínimo que en cada caso fije la Secretaría de Gobernación, de acuerdo con las peculiaridades de las difusoras y oyendo la opinión del Consejo de Radio y Televisión. La programación diaria que utilice la actuación personal, deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos.⁹

⁹ cfr. Ley Federal de Radio y Televisión, 1960.

"El Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica" expedido en 1973, publicado por el entonces presidente de la República Lic. Luis Echeverría Álvarez dispone lo siguiente:

Relativo al contenido en Radio y Televisión.

Artículo 2º En el cumplimiento de las funciones que la Ley de la materia y éste reglamento establecen, la radio y la televisión deben constituir vehículos de integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, a través de sus actividades culturales, de recreación y de fomento económico.

Artículo 3º La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones, el estímulo a nuestra capacidad para el progreso, a la facultad creadora del mexicano para las artes, y el análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional.

Artículo 4º La función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de terceros, ni perturbar el orden y la paz pública.

Artículo 5º Los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirme los valores, nacionales, no sean contrarios a las buenas costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad, las palabras e imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido y atiendan al propósito de ennoblecer los gustos del auditorio.

Artículo 6º La programación de las estaciones de radio y televisión deberá contribuir al desarrollo económico del país, a la distribución equitativa del ingreso, y al fortalecimiento de su mercado.

Artículo 7º La radio y la televisión en su propaganda comercial, deberá estimular el consumo de bienes y servicios preferentemente de origen nacional, tomará en cuenta la situación económica del país a fin de restringir, en cada caso, la publicidad de artículos suntuarios, y propiciará la elevación del nivel de vida del auditorio por medio de una adecuada orientación en la planeación del gasto familiar ¹⁰

Clasificación de Películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados.

Artículo 23º Para los efectos del Artículo 72 de la ley Federal de Radio y Televisión. Y del Artículo 1º de la Ley de la Industria cinematográfica, las series filmadas, las telenovelas y los teleteatros grabados, de acuerdo con la clasificación siguiente.

- I. Los aptos para los niños, adolescentes y adultos en cualquier horario
- II Los aptos para adolescentes y adultos a partir de las veintiuna hora
- III Los aptos únicamente para adultos a partir de las veintidós horas.

La secretaria de Gobernación podrá autorizar la transmisión, a cualquier hora independientemente de su clasificación, en casos específicos y cuando a su juicio existan circunstancias que así lo ameriten, como la calidad artística del programa, el tipo de auditorio a que va dirigida, su temática u otras razones similares

¹⁰ cfr Reglamento de la Ley Federal de la Radio y la Televisión y de la Ley de la industria cinematográfica 1973

2. 2 FUNCIONES

Las funciones son los empleos sociales de los medios de información. La progresión y la multiplicación de las funciones de la televisión permiten agruparlas en cuatro encabezamientos esenciales:

□ Las funciones de diversión

El papel más importante de la televisión se juega en el campo de la diversión y la educación.

Como todas las personas necesitan divertirse y relajarse, esta es una de las funciones más frecuente en los programas de la TV, aunque también está presente en los otros medios de comunicación social.

Cuando se enciende la televisión ocurren un sin fin de actos. Por la riqueza de sus imágenes, la forma como capta la atención nos lleva a olvidar el cansancio producido por el trabajo o el estudio y dejamos de lado, al menos por un tiempo, las preocupaciones. Es decir, actúa como un calmante o relajante de las tensiones diarias. En las clases más pobres, la televisión es el único medio de distracción. A veces rompe la monotonía en la que en ocasiones se vive por causa de la pobreza.

La función de entretenimiento asignada a este medio consiste en ofrecer al público producciones locales y/o foráneas. las emisiones se inclinan hacia una determinada mentalidad promedio, con ciertas preferencias o gustos marcados hacia algunos programas en especial. De esta manera los directivos de la televisión se ven obligados a proporcionar a los anunciantes programas que sean una verdadera red de interés para el público, sujetándose así a la necesidad de hacer emisiones en donde los planteamientos se caracterizan por su simplicidad, por la disposición que los personajes hacia modelos estereotipados o por la fama y aceptación de los actores modernos.

Resulta difícil, entonces tratar de establecer una línea de transmisiones más complejas para tal mentalidad promedio

La televisión es la opción de diversión que está más al alcance de la gente por tenerla en casa, disponible en todo momento, y con un bajo costo; y lo que en un principio fue un privilegio o un lujo para las familias pudientes, ha pasado a ser un medio accesible y necesario para todas las personas de diferentes niveles que buscan este medio como la mejor posibilidad de entretenimiento

┘ Las funciones de educación

La aceleración tecnológica está exigiendo cada vez más mentes creativas, con fórmulas y métodos para realizar nuevas programaciones; pero también para una necesidad primordial: la educación.

Cuando la televisión se introduce en las escuelas, algunos educadores la ven como una posible solución al problema de la escasez de profesores, ya que a través de este medio se tendría la oportunidad de impartir cátedras de magníficos maestros y llegar a mayor número de estudiantes en lugares diversos

La televisión, como medio educativo, no solamente es un medio electrónico para enseñar. Existen algunas características que lo distinguen como un instrumento de apoyo para la educación:

- Selecciona a personas con más habilidades y recursos para la enseñanza
- Presenta más áreas de instrucción que el maestro en un salón de clases.
- Imparte enseñanza a grupos más numerosos.
- Exige calidad de contenido y presentación. Es más minucioso el trabajo.

- Pueden establecerse varias formas de aplicación para la enseñanza.
- Hace más real las explicaciones a través de imágenes en color.

En cuanto a las funciones de educación, han tomado una importancia considerable con el desarrollo de la televisión. Esta no solo se considera como auxiliar de la enseñanza sino que debe ser instrumento necesario para una educación universal y permanente de los adultos y de los jóvenes. La información se convierte en un sector y aspecto esencial de la educación, en el sentido de que se preconiza, al menos para los países en formación, un sistema integrado de educación e información

Es educativo todo aquello que “deje” algo positivo, que ayude a comprender mejor la modernidad que se introdujo en el campo o que deberá enfrentar si emigra a la ciudad, y que, por cierto contribuye a salir exitoso de ese desafío. Modernidad que ofrece peligros y satisfacciones por ello el valor educativo que se le atribuye al medio, tiene mucho que ver con su rol de “ventana al mundo” que también le concede este segmento poblacional. Ventana doblemente importante, si se considera que el campesino posee menos alternativas de comunicación que el poblador.

Si se permite la figura, el mundo se introduce por la ventana de la pantalla al hogar rural.

Por eso son semantizados como “educativos”, programas, géneros y contenidos que para el medio urbano no los son.

Se aprecian como educativos programas que presentan temas conflictivos y problemáticos, como la drogadicción, la delincuencia juvenil, la prostitución y el aborto por que se conocen sus causas y se aprende como evitarlos: y que no nos vaya a pasar lo mismo. temas de

padres que maltratan a sus hijos, cáncer, y homosexualismo, muestran la realidad de lo que pasa en el mundo.

Se valoran como educativos, programas o secciones en los que la gente presenta un problema y profesionales calificados indican como resolverlo

Los programas que dan consejos prácticos sobre moda, cocina o salud, o contienen clases, también se consideran educativos.

Lo educativo de la TV residirá en su carácter demostrativo, da a conocer, como son las cosas (el mundo, la naturaleza, el país, los grandes temas que preocupan a la humanidad) y cómo se hacen para resolver los problemas de la vida inmediata e incluso los más dramáticos como la drogadicción y el SIDA

En los últimos años los usos educativos como los propagandísticos de la televisión, se han hecho perfectamente posibles con el desarrollo de la tecnología de TV en circuitos cerrados, y la mayor libertad de acceso de las personas privadas y de los grupos a las redes públicas de la televisión

Las definiciones de la educación suponen el uso de canales de comunicación específicamente en el interés del receptor. El uso educativo de la televisión puede así ser definido como aquel que intenta servir de los intereses del espectador, aportándole beneficios concretos.

Cuando se enciende la televisión ocurren un sin fin de actos. Por la riqueza de sus imágenes, la forma como capta la atención nos lleva a olvidar el cansancio producido por el trabajo o el estudio y dejamos de lado, al menos por un tiempo, las preocupaciones. Es decir, actúa como un calmante o relajante de las tensiones diarias. En las clases más pobres, la televisión es el único medio de distracción. A veces rompe la monotonía en la que en ocasiones se vive por causa de la pobreza.

▣ **Las funciones políticas**

El hombre político especialmente el candidato a elecciones de muy alto nivel, tiene posibilidades de obtener un beneficio por su paso por la pequeña pantalla, es decir de ganar algunos sufragios entre los vacilantes si se les presenta como similar al público medio y a la vez superior a él, distinto de él, por consiguiente el candidato debe hacer gala de sus cualidades fuera de serie, a fin de demostrar que merece ocupar un cargo de poder, porque no es un cualquiera, y lo demuestra entonces batiendo una marca, evidenciando que su capacidad de aguante, tenacidad, de esfuerzo es superior a la de cualquiera.

Por otra parte el hombre de estado es aquel, que al tiempo demuestra su superioridad, aparece por ciertos aspectos y sin convicciones aparentemente forzadas, accesible a su público, hablando en un lenguaje que este entiende.

▣ **Las funciones económicas**

La televisión como los otros mass-media, es en primer lugar una entidad económica que desempeña una función directamente económica en cuanto creadora de plusvalía a través de la producción de mercancías y de su intercambio, y una función económica indirecta mediante la publicidad, creando plusvalía, en otros sectores de la producción de mercancías.¹¹

La televisión se ha convertido en instrumento de desarrollo económico y social, por la difusión de los conocimientos y las enseñanzas en ese espacio y por la contribución que aporta, bien cuando aceptando la publicidad comercial en el desarrollo industrial y del comercio, bien por la mejora de las relaciones sociales.

¹¹ G. Richeri. La televisión entre Servicio público y Negocio p. 16

Hasta aquí las funciones en general de la televisión, pero dependiendo de los tipos de programa que se presenten, las funciones que puede tener una emisión televisiva o serie son:

Entretener : Aquellos programas destinados al esparcimiento de la población y que por lo general tratan de manera ligera cualquier tema

Orientar: programas destinados a guiar las acciones de la población hacia el provecho individual y social.

Educar: Los programas que proporcionan elementos que enriquecen el nivel educacional y por lo general tienden a proponer cambios de actitudes en la población. Por su tratamiento pueden ser sistemáticos.

Informar: Son transmisiones que proporcionan información sobre acontecimientos nacionales e internacionales sin intervenir ningún juicio de valor.

Analizar : Comentarios sobre diversos temas de interés público nacional e internacional, encaminados a realizar un análisis del tema en cuestión.

Capacitar: Programas que presentan información que coadyuve al mejor desarrollo de determinadas actividades económicas.

2.3 LA REALIDAD

El televisor es un objeto tecnológico que ha cambiado la relación de los receptores con la realidad. Genera emociones a través de una combinación entre imagen y sonido cada día más sorprendente.

Naturalmente, el problema no está básicamente en el medio mismo, sino en nosotros, que no hemos sido educados para ver televisión, aprendiendo a: **regular el tiempo que dedicamos a verla, seleccionar** previamente lo que deseamos ver y **analizar** los mensajes que los programas transmiten, aprovechando lo positivo que el medio nos ofrece.

En principio, la intención es considerar que se entienda la aplicación que se le ha dado al uso de la televisión.

Es indudable que las actividades de esparcimiento recreo y cultura están desarrollándose y diversificándose constantemente con lo que su importancia es cada vez mayor para la televisión, ya es común señalar que la televisión es un poderoso instrumento de educación y formación de las personas

Frente a la gran variedad de programas y canales, cada uno de nosotros, como televidente, debe hacer uso de su capacidad reflexiva para evaluar qué estamos "consumiendo" frente a la pantalla y saber optar libremente; es decir, tomar la decisión de verlo o apagarlo. Se trata de no esclavizarse frente al televisor, de ponerlo a nuestro servicio cuando lo deseemos, y no ponernos nosotros al servicio del televisor.

Hoy día, la empresa del ocio es muy grande. Abarca una amplia gama de materiales y servicios receptores de radio y televisión, aparatos de alta fidelidad, tocadiscos y magnetófonos, aparatos fotográficos y cinematográficos para aficionados, instrumentos musicales, libros, revistas y discos, conciertos, festivales, manifestaciones deportivas,

viajes y turismo. Las empresas son quienes deciden lo que van a producir, en la práctica la gama de posibilidades que se ofrecen es muy grande. Si bien a menudo se adapta a las preferencias del cliente, es indudable que, en definitiva la selección depende de quienes controlan la producción.

Las empresas interesadas intervienen también poderosamente en la infraestructura de la comunicación, en la nueva ciencia de la informática, con las computadoras y los bancos de datos, y en la labor de investigación y desarrollo a largo plazo, de modo tal que ejerce una gran influencia sobre el porvenir al igual que sobre el presente.¹²

Todo esto tiene importancia para el desarrollo de la comunicación y de la sociedad en particular por las siguientes razones: a) es evidente que casi todos los medios y materiales de comunicación desempeñarán un papel cada vez mayor en los campos de la cultura y del esparcimiento; b) un número creciente de consumidores, salvo quizás en el caso de los lectores de periódicos, esperan que esos medios de comunicación social les proporcionen, distracción, descanso, cultura, más que información; y c) de conformarse estas dos tendencias, procederá fomentar otras que faciliten la utilización del tiempo libre para satisfacer las necesidades reales, expresadas espontáneamente, de los individuos y de las colectividades, en vez de permitir un control excesivo por unos intereses puramente comerciales.

A través de imaginar lo que nos gustaría, tenemos más claro cómo deberían ser los programas que se transmiten. Se tiene la posibilidad de criticar y compartir con los amigos los fundamentos de por qué un programa es bueno o no, o cual es la realidad que se presenta frente al televisor en cuanto a contenido de los programas.

¹² Mac Bride Sean y otros. Un solo mundo voces múltiples. pgs. 140-142

A continuación se dan unos ejemplos de lo que podemos encontrar en la televisión mexicana

❖ DE CRÍTICA

(Ventaneando y La Botana): la sustancia de dichas emisiones se fija, reitero, en la crítica, el morbo, y hasta en ocasiones la agresión sobre todo por el conductor de la Botana con actitudes y frases sarcásticas en sus comentarios. Además del acoso periodístico que se aprecia por parte de algunos reporteros hacia personalidades invadiendo de forma por demás molesta su vida privada.

❖ DE VIOLENCIA

(METRÓPOLIS): Aunque presenta en su formato y en su estructura un tipo noticiero (sin serlo), para poder ser aceptado y aparecer en pantalla porque informa lo que ocurre en la ciudad de México, sí proyecta la espectacularidad de la problemática actual en nuestro país, en donde el sensacionalismo y el amarillismo en el contenido de las notas que presentan reflejan su precario contenido y por el horario que maneja esta emisiones 17:00 hrs. los niños y jóvenes pueden ser presa fácil de imitación de conductas nocivas y destructivas para ellos, para la sociedad y al país.

❖ DE CONSUMISMO

(ATÍNALE AL PRECIO) Este programa de concursos maneja lo que es en sí la publicidad en cada juego, mostrando en ocasiones marcas de productos en comida, bebida, aparatos de línea blanca, incitando de forma ya más marcada al consumo de productos como

Gamesa para que enviando sobres con envolturas de sus galletas pueda uno ganar premios, aunque es obvia la intención del programa y sirve para obtener ganancias, pues siempre están condicionadas a patrocinios comerciales que apoyan en mucho su realización, los premios que da hacen lugar a otro aspecto para mí importante, los sueños e ilusiones que son creados y que la mayoría de las veces terminan en frustración por no verse realizados, y es que es de suponerse que el público asistente va para ganar el gran paquete o un automóvil, y que de toda la gente que asiste al programa sólo unos cuantos tienen la oportunidad de participar, y de ellos otros tantos sólo se llevan un premio de consolación

❖ DE EL RIDÍCULO:

(¡Ay caramba!) En su transmisión ridiculiza a la gente a través de accidentes menores que han sufrido las personas y que han sido filmados, o a través de bromas en cámaras escondidas. Esta forma de "entretenimiento" si se le puede llamar así, puede rebajar la dignidad de una persona

Existen también programas como las telenovelas y las caricaturas que reflejan un sentido de la realidad un cuanto tanto fantasioso y sin contenido en sus mensajes.

En contraparte hay programas que mantienen una relación más estrecha con la actividad popular de una manera sana, formal, seria, con la finalidad única de servicio social y muestra de cultura. Como Diálogos en Confianza de canal 11 y Espacio 22 de canal 22

Y sin embargo los medios de comunicación también le dicen al hombre de masa quién es: le presta una identidad; le dice que quiere ser; le da aspiraciones, le dice como lograrlo, le da una técnica, le dice

como puede sentir que es así, incluso cuando no lo es, le da un escape. Nos orienta hacia una forma de vida, nos mantiene al tanto de las formas productivas de las distintas sociedades, elaborando un sistema de representaciones y comportamientos que el mismo hombre reconocerá como propio dependiendo claro está de la sociedad a la que pertenezca, de no ser así el sujeto sería un inadaptado y habría que encontrar un correctivo que lo vuelva a la normalidad. Los medios de comunicación actúan como canalizadores de tensiones y angustias, rellenos de una vida vacía pero falsamente observada como llena, inculcadores de aspectos de personalidad alienantes como forma de control (de manera semejante a lo narrado por George Orwell en su obra 1984, pero sin la manifiesta represión allí marcada), vendedores de fantasías esperanzadoras.¹³

Aprendiendo a ver televisión.

Cada vez que miramos un programa, deberíamos de pensar en:

Cómo sería la televisión ideal:

- ¿Cuáles serían nuestros programas favoritos? ¿Cómo serían?
- ¿Cuál sería el contenido del programa?
- ¿Qué se aprendería después de ver cada programa?
- ¿Qué programa no veríamos de ninguna manera?

1.- Si nos entretiene.

2.- Si tiene un contenido que nos enseñe algo.

3.- Si es un programa que aporte algo positivo a nuestra vida.

¹³ José Luis Carrasco Núñez. Apuntes psicología de la comunicación Selección de Lecturas. p. 53

Por todo anterior se señala la inmensa importancia de los medios aunque en ocasiones se les condene por su alienada función que actualmente cumplen en nuestra sociedad capitalista

La televisión es un gran medio de comunicación. Gracias a ella hemos podido acercarnos a los países, a las personas, y, sobre todo, hemos creado una gran herramienta para conocernos e intercambiar experiencias, opiniones y educar.

La televisión es una manera muy entretenida de involucrarnos con el mundo, de hacer que nuestro mundo sea uno solo

La televisión tiene por objetivo: entretener, educar e informar. Por ello es importante que, cuando nos enfrentemos a ella, sea de una manera tal que, además de entretenernos, nos podamos informar y educar, que aprendamos a través de este medio de comunicación.

Capítulo 3

La producción televisiva

3.1 PRODUCIR

Si recurrimos al diccionario para buscar el significado de la palabra **producir** nos encontramos con que se nos remite a PRODUCIR: Verbo entre cuyas muchas acepciones están: crear o criar, manifestar o exhibir, fabricar o hacer, e incluso en el mismo diccionario al definir producción, se dice que en cuanto a cinematografía es un organismo que facilita el capital para asegurar la realización de una película.

En realidad el concepto de producción en TV comprende todo lo anterior y algo más. La producción en televisión obviamente tiene que ver con la calidad de las personas que aparecen en pantalla, con la cantidad de dinero invertida en vestuario, maquillaje o escenografía, aunque esto no sea garantía alguna de una buena producción, como se verá más adelante con la administración del presupuesto, con los aspectos técnicos que hacen posible la transmisión o grabación de un programa con la dirección e incluso con la puesta al aire del programa o serie.

En síntesis podemos decir que la producción en televisión es la feliz conjunción de los elementos antes descritos.

La producción es el proceso mediante el cual una idea se va transformando hasta llegar a plantearse en términos reales de audio y video (sonido e imagen), más los elementos existentes en el momento de ser grabados o transmitido un programa. El programa de TV que vemos en nuestros hogares es el resultado final o último paso, de una larga cadena que se origina en una simple idea y representa el esfuerzo conjunto de un gran número de personas que trabajando en equipo hacen posible que el espectáculo se presente.

El largo y complejo proceso artístico, técnico, financiero y administrativo que conduce a la realización de un programa de TV descansa sobre tres pilares fundamentales: **preproducción** (o

preparación), **producción** o (grabación) y **post-producción** (que incluye editaje y procesos de acabado video/audio). Todo ello se suele englobar bajo un común denominador que se conoce con el apelativo de la producción de un programa, y que incluye también al equipo de trabajo, técnico y artístico, que va a hacer posible esa realización. Productor y realizador forman un tándem indisoluble durante todo el proceso. El primero es la cabeza responsable de la organización, administración y control de todos los recursos humanos, técnicos y económicos que se han puesto en sus manos para la ejecución de un proyecto concreto. El segundo es el responsable artístico del programa, que debe imaginar y crear dentro de la estructura que le asigna el productor. Pero también éste debe hacer un esfuerzo de imaginación para atender en lo posible las exigencias artísticas del programa, armonizándolas con las posibilidades económicas del presupuesto ¹⁴

La producción global de un programa presenta características específicas según se trate de una realización en estudio, o fuera del mismo, según se refiera a una serie o a un programa especial, aislado, según se empleen equipos ligeros de grabación o unidades móviles, según sea un espectáculo, un documental o un dramático.

Hay que decir también que antes de realizar cualquier programa es necesario definir claramente lo siguiente.

- a) ¿Cuál es el objetivo del programa? **Objetivo.**
- b) ¿Hacia que público está dirigido? **Público.**
- c) ¿Que tema abarcará el programa? **Tema.**
- d) ¿Que vamos a incluir y cual será el mejor planteamiento?
Argumento.
- e) ¿Con que medios contamos? **Producción.**

¹⁴ Llorenç Soler. La televisión una metodología para su aprendizaje. p.55

El modo de producción cuando se trata de una idea originada para satisfacer un compromiso social, parece aún más compleja pues requiere de acción, movimiento coherente encaminado hacia un objetivo concreto y/o predeterminado por el autor, o condicionado por el público meta, además con mayor fuerza, se incluye el deseo de comprometerse con su teleauditorio

Para lograr la producción de un programa también dependerá, en gran medida, de la persona responsable de su buen funcionamiento, pues el modo de organizar toda la producción exige la cabal representación humana al frente de cualquier tecnología.

Todos los involucrados (técnicos o artistas) pueden unir sus capacidades, es una responsabilidad compartida que se ve reflejada en el acercamiento con el público receptor, porque hacen posible la transmisión o grabación de un programa

Es importante señalar que un programa de televisión también es la planeación de una emisión que se ajuste a las necesidades de diversos sectores de la población de forma que se necesita recurrir a métodos de investigación tanto empíricos como científicos etc., y de esta manera obtener perfiles de auditorio y determinar los niveles de desarrollo en que se encuentra el sector al que se pretende captar

Así mismo la interrelación de estas investigaciones definirá la política de comunicación de cada sector y por consiguiente ya es posible considerar y determinar la programación a producir precisando las prioridades a cubrir, los objetivos y el tiempo y horario que cubrirá el programa a presentar.

No debe perderse jamás de vista que lo importante es mantener vivo en todo momento el interés del espectador.

3.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN

PRE-PRODUCCIÓN

Es la actividad previa a la realización en estudio o en las locaciones de la grabación, esto es: el acopio, ordenamiento y jerarquización de la información a difundir, en otras palabras es la estructuración de una idea.

Durante la fase de pre-producción o preparación, y dando por sentado que ya se posee el guión del proyecto, se debe estudiar y desglosar el mismo, fijar las localizaciones de la grabación. Preparar los medios técnicos y artísticos necesarios, confeccionar el planning de trabajo, organizar los desplazamientos, solicitar permisos, determinar y encargar los decorados, contratar personal y servicios concretar con proveedores diversos, etcétera.

PRODUCCIÓN

La fase de grabación consiste en la puesta en práctica de las ideas generadas en la etapa anterior. Abarca todo el periodo de la grabación, desde su inicio hasta el último día de la misma.

Es la grabación del programa, que puede ser en interiores o exteriores, se lleva a cabo con apego a lo indicado con el guión técnico.

LA PRODUCCIÓN EN EL ESTUDIO

El estudio de una emisora de TV constituye el sancta sanctorum del imponente templo de la comunicación televisiva. El eje y centro de radiación, donde se genera la parte más importante de los programas de

producción propia de una cadena, adquiere distintas características según uso y destino dentro del panorama global de la elaboración de los productos televisivos. Así, un estudio de TV puede ceñirse a las mínimas necesidades de un servicio de continuidad presentando en este caso unas reducidas dimensiones o bien adquirir las imponentes proporciones que exige un programa de variedades con asistencia en directo del público. Del mismo modo puede utilizarse para la emisión <<en directo>> o para la producción de espacio grabados. Pero en todos los casos el estudio de TV presenta en su sueño estructura y tecnología unos trazos comunes que lo definiremos como el espacio físico donde se concita el número de técnicos, profesionales y artistas más especializados y numerosos del medio ¹⁵

Generalmente y por antonomasia se identifica el estudio con el plató, (es decir, el todo con la parte). El plató, también llamado en inglés set, es la zona del estudio donde se llevan a cabo las grabaciones directas de imagen y sonido. Constituye un área cerrada, acústicamente aislada, donde se instalan los decorados y donde actúan los actores, los presentadores y conductores de los programas, donde - cual en el escenario de un teatro tienen lugar las actuaciones de artistas, músicos y cantantes.

Dentro del plató se ubican, además de los decorados las cámaras de grabación de video con sus pedestales o tripodes.

Así mismo, en el estudio se sitúan los aparatos de toma de sonidos (micrófonos, perchas, jirafas) y demás aparatos complementarios para la grabación de la imagen y del sonido, los accesorios como son: cámaras, micrófonos, y aparatos de iluminación- control de cámaras, sonido e iluminación.

¹⁵ ibidem, p. 57

La realización en estudio constituye el máximo paradigma de lo que se considera la realización televisiva. Es una operación compleja que requiere la actuación conjunta, coordinada y precisa de un amplio abanico de profesionales de todas las ramas técnicas de producción y artísticas. Por otra parte, el equipamiento aplicado y el modo de su utilización constituyen las características más destacadas de este tipo de programas.

En primer lugar cabe citar el empleo simultáneo, sobre la misma acción y escenario de varias cámaras. Su número es variable y viene determinado por las características del programa pero nunca inferior a tres.

El hecho de realizar un programa en plató posibilita una minuciosa preparación previa, que en todos los casos supone varias jornadas y gran cantidad de ensayos.

Hay que distinguir dos etapas en el tiempo. Una de ellas, hasta la puesta en antena (o en VTR), y la otra, todo el proceso desde el inicio de la puesta en antena hasta el final.

La etapa de preparación comprende, a partir del guión del programa, la preparación y estudio del mismo. Fases de esta etapa son: el diseño de los decorados, su construcción e instalación, decisión sobre el atrezzo y mobiliario, definición, organización y la preparación de los medios técnicos, ensayos de iluminación sobre decorado instalado, ordenación, prueba y ajuste de los equipos técnicos de audio y video, ensayos técnicos y artísticos de todo el conjunto de profesionales que intervienen en el desarrollo de la obra.

Llegados a este punto es ya factible proceder a la emisión en directo o grabación del programa en continuidad.

Los programas en estudio obedecen a características muy diversas aunque en esencia su operatividad general se ha condensado en las anteriores líneas

Un programa de frecuencia diaria realizado en estudio supone la ocupación fija de un plató y la necesidad del montaje permanente del decorado mismo

Un programa en directo constituye el hecho diferencial definitorio del medio televisivo, aquello que lo identifica como un medio con características propias y singulares

El programa emitido en directo también el feed-back o respuesta del espectador, que puede participar en el mismo mediante intervención telefónica

LAS UNIDADES MÓVILES

La grabación de un programa de TV obliga muchas veces a desplazar los equipos fuera del ámbito del estudio, bien porque conviene improvisar algún pequeño plató en algún ambiente determinado, bien porque refleja el marco que sirve de fondo a la acción, bien porque es obligado respetar el desarrollo de un acontecimiento sobre el propio escenario en que se produce, ya que fuera de él sería impensable su existencia (por ejemplo un partido de fútbol)

LA POST-PRODUCCIÓN

La post-producción comienza con la selección del material grabado, continúa con el proceso de edición y procesado de las imágenes y termina con el sonorizado, hasta la obtención del master final.

El concepto post- producción engloba todos aquellos procesos operativos de base técnica y/o artística que conducen, una vez grabado el material original al acabado definitivo de la obra, es decir, un programa televisivo tal y como llegará a conocimiento del público

La post- producción comienza en la sala de edición (o sala de montaje) se desarrolla a través de los distintos apartados de la imagen, continua en el auditorium destinado al tratamiento del sonido y termina con el copiado final del programa.

El concepto de la edición vincula al de continuidad narrativa, y significa la operación de unir o engarzar un plano tras otro, con el fin de construir el hilo narrativo o argumental del programa. Consiste en <<cortar>> una toma a la medida exacta (plano), unirla a otra igualmente ajustada, y así un plano tras otro

La necesidad de editar, se impone tanto por razones de tipo artístico como técnico. Generalmente cada toma por separado tiene una longitud temporal mayor que su duración útil real.

3.3 ELEMENTOS DE PRODUCCIÓN

PROYECTO DE SERIE

Hay que decir que el primer requisito para realizar un programa ha de ser, obviamente, la concepción de una idea capaz de llevarse a término, desde el origen de esta se deben tomar en consideración innumerables aspectos. La máxima eficiencia se consigue con la adecuada integración de todo lo necesario. Además la misión de cualquier programa es captar la audiencia necesaria, no solo por una visión comercial, sino para cumplir los objetivos de comunicación y difusión.

El proyecto de serie implica desglosar las características técnicas de la serie, lo que permite describir la consistencia de la misma los aspectos generales que identificarán a los programas de acuerdo a los objetivos planteados.¹⁶

- Nombre de la serie.
- Género.
- Temática.
- Fuente de información.
- Total de programas de la serie.
- Duración de cada programa.
- Periodicidad.
- Horario de transmisión.

Se pueden ir agregando otros aspectos en el proyecto, tales como si el programa es en estudio o locación, en vivo o diferido.

1. Estar consciente del público al que irá dirigido, así como los efectos que probablemente, va a tener en el espectador.
2. Conocer las reglas de comunicación e incluso el presupuesto disponible.
3. Conocer los términos bajo los cuales se produce en televisión.
4. Estar consciente de las posibilidades del equipo electrónico.

¹⁶ Ahumada Barajas Rafael., Elementos teóricos, metodológicos y técnicos de la planeación de Mensajes educativos para televisión. p. 14.

- 5 Considerar el tiempo de que se dispone para desarrollar la idea del programa

EL LENGUAJE TELEVISIVO

La televisión es un medio en el cual se mezclan los códigos de comunicación que se asemejan a los que se dan en la vida real, es decir, es un medio audio- escrito-visual. La TV nos muestra y nos dice a la vez, es la recreación de las imágenes en movimiento, es el elemento rector pero también tiene la posibilidad de usar accesorios como son la música, los sonidos, los ruidos que acompañan a la acción de la imagen, esto la convierte en uno de los medios más completos técnicamente.¹⁷

Por sus características técnicas la televisión es un medio eminentemente visual. Los elementos del relato televisivo se fundamentan en la presentación de acciones sucesivas en donde la yuxtaposición del diálogo y la imagen llevan el peso de la información, así si se requiere presentar un tipo desaliñado, en la radio el narrador tiene que dar la descripción del aspecto físico del personaje, en TV basta mostrarlo desaliñado, la elocuencia de la TV radica en la imagen

Los elementos significantes de la imagen televisiva que conforman el lenguaje de la televisión son seis: decorado, accesorios, objetos, actores, sonido e iluminación. Se entiende por elementos significantes los que proporcionan información al público y que por consecuencia permite que se entienda o descifre el mensaje emitido.

Veamos en que consiste cada uno de estos elementos que conforman la imagen televisiva:

¹⁷ ibidem p 22

LA ESCENOGRAFÍA

El marco de un monitor de TV es límite de un cuadro videográfico que, en dos dimensiones, reproduce una realidad tridimensional. La ventana electrónica es similar a la <<boca>> del escenario de un teatro, dentro suceden acciones y representaciones que, cuando no se basan en la realidad y sus documentos, exigen la creación de un espacio escénico y de un ambiente determinado que evocan y reproducen el lugar imaginario donde se desarrolla la acción. Esta es la función que tiene encomendada el departamento de escenografía de un estudio de TV.

Se ha de crear simplemente el ambiente de acuerdo con los requerimientos dramáticos y expresivos del guión y de su línea argumental o con el carácter y significado de la intervención que se lleva a cabo delante de las cámaras. Para la pequeña pantalla, contribuye a crear y mantener el clima y el ambiente más idóneo a las características de la obra.

ILUMINACIÓN

Un mismo decorado puede cambiar de significado según el tipo de iluminación adoptado. Un interior de estudio representando un espacio tan convencional como un salón doméstico, por ejemplo, comunicará un distinto clima emotivo según el tratamiento de la luz empleada. Una iluminación difusa, ampliamente repartida por todo el decorado, originará una carencia de sombras que creará un ambiente claro y luminoso más apto para una comedia ligera e intrascendente que para un tema de terror.

EL VESTUARIO

El vestuario constituye otro de los elementos de comunicación visual del mensaje televisivo y un importante elemento significativo en línea con el contenido del programa. Por una parte, el tipo de vestuario sirve para ayudar a definir los personajes, sus coordenadas sociales, temporales y hasta culturales, y en este sentido ha de estar en constancia con el decorado de la acción ¹⁸

Por otra parte, el vestuario contribuye a realzar la apariencia física del actor, a modificarla o a potenciar los rasgos específicos de su personalidad. Y finalmente constituye, independientemente de estas funciones por se un poderoso elemento decorativo que se añade a los ya referidos de escenografía, iluminación, etcétera.

OBJETOS

La diferencia entre un objeto y el accesorio es sutil, ambos son cosas sin vida, pero podemos decir que los objetos tienen la posibilidad de ejercer parte esencial de la acción, por ejemplo un automóvil, es capaz de producir acción. Esta potencialidad le lleva a veces a recrear estados emocionales o carga dramática a los objetivos, por ejemplo, una persona toma un puñal y nos da a entender su intención de matar.

ACTOR

El aspecto del actor es ya una caracterización, se puede representar un villano o una persona agradable y carismática. Es el actor el que expresa los sentimientos y emociones con su actuación, es en el actor en donde radica la fuerza expresiva de la acción representada.

¹⁸ Lorenç Soler. op.cit. p. 72

SONIDO

Aspecto importante es el sonido del cual podemos distinguir básicamente tres variantes: diálogo, música y ruido ambiente. El diálogo en combinación con los elementos antes mencionados es la fuente de información más sencilla para expresar hechos, no se debe caer en el extremo de darle el papel principal como medio de expresión, se debe equilibrar su uso junto con todos los componentes de la imagen. Se sabe que cansado de escuchar una larga alocución, los monólogos resultan tediosos en ocasiones, es por ello que el diálogo resulta más interesante que el monólogo, con este el poder de concentración se diluye, en tanto dos personas están hablando y cuanto más rápido cambie el diálogo de uno al otro es mejor, se evita la monotonía.

Una imagen dice lo que muchas palabras, es una peculiaridad de la mente la fascinación por lo visual en tanto crece el cansancio para oír.

Otro elemento es la música, ésta se considera como otra fuente de información, ubica en el tiempo y en el espacio. Es decir, nos remite a alguna época en especial y/o algún lugar geográfico.

A parte la música expresa emoción y carácter, así como sentimientos, tales como: tristeza, alegría, coraje, odio, etc., y también estados de ánimo como: tranquilidad, nerviosismo, angustia, suspenso, etc. otra función de la música es la de identificar, sellar o marcar una emisión, cuando se utiliza como tema o rúbrica de un programa, es a través de una melodía con la que se inicia siempre la emisión y con la que se despide la emisión.

El tema musical de presentación se busca que no sea muy popular, que no se escuche mucho para que no confunda al público e identifique la música de entrada con el programa, digamos que es el logotipo auditivo de la emisión.

Finalmente diremos que la música se utiliza como fondo para acompañar a una alocución y agilizar o dinamizar la presentación de información, en el caso de escenas actuadas, para expresar emotividad y carácter, y como cortinilla al separar partes bloques de la emisión, para marcar la transición de tiempo y espacio, o la terminación de una sección de un programa

Renglón aparte es el ruido ambiente, cualquier acción debe ir acompañada de sonidos que producen los objetos y las personas, es decir, se debe mostrar y escuchar lo que las acciones producen. Sin embargo en televisión el sonido adquiere vida e importancia propia, pues no es necesario ver un objeto para deducir qué sucede. En este sentido, debemos tener en cuenta que la imagen en ocasiones es limitada, y el sonido al ser independiente, nos proporciona información más allá de lo que vemos, ese es el valor del sonido o ruido ambiental, por lo que su uso y explotación como recurso potencial del medio televisivo es importante y hay que tenerlo presente

EL GUIÓN

Es el texto básico de la producción televisiva que permite la concepción previa de todos los elementos que conforman un programa, primero para que éste corresponda al proyecto del que parte y segundo para dar posibilidades a la complejidad, al mismo tiempo que se eluden errores tanto de contenido como de forma de expresión

El guión permite que quienes intervienen en la producción sepan qué y en qué momento actuar. Es decir, coordina el trabajo y permite que todos reúnan los materiales con los que van a trabajar. Permite además manejar el ritmo del programa y con ello evitar que decaiga el interés o

intensidad, al mismo tiempo que evita dejar inconclusos los mensajes, ya que cada guión debe estar previsto para un tiempo determinado ¹⁹

Otra aportación del guión es su valor documental ya que sirve como instrumento de análisis, lo que permite volver a realizar un programa, conocerlo sin tener que verlo. Así mismo, el guión es utilizado como antecedente a nuevos proyectos, además de su uso administrativo.

El contenido del programa de televisión es plasmado en el guión que se diagrama con base en dos columnas, a la izquierda se hacen las indicaciones técnicas a cada una de las cámaras y se denomina video y a la derecha el texto el diálogo, así como la musicalización y los efectos de sonido que se denominan audio.

En forma genérica hay tres etapas para realizar el guión de televisión: el story board, en el que se plasman, a manera de bosquejo las imágenes que secuencialmente contendrá la emisión, es decir las frases visuales que marcarán la continuidad del programa. El guión literario, consiste en desarrollar el texto como argumento o diálogos expresará el contenido informativo o el cuerpo del relato del programa por último el guión técnico, que es la conjunción de los anteriores y contienen las especificaciones técnicas, tanto de las imágenes como las características de sonorización, al mismo tiempo que el contenido literario del programa.

Escribir un guión se considera un trabajo artesanal en donde la sensibilidad del escritor, sus imaginación y su capacidad de poder sustituir palabras por imágenes logran cristalizar las ideas, pero hay ciertos convencionalismos que se deben conocer y son:

¹⁹ Ahumada Barajas Rafael, op cit p. 32

----- LA CARÁTULA DEL GUIÓN -----

En la primera página se anotan las especificaciones técnicas y administrativas como:

Nombre de la serie.

Nombre del programa.

Capítulo o número del programa.

Fecha de grabación.

Fecha de transmisión y horario.

Nombre del guionista y del productor.

Tipo de música (discos especificando lados y bandas).

Efectos sonoros y visuales.

Personajes: caracterizaciones, edad, voz, personalidad de los personajes, nombres, etc.

Escenografía.

En la segunda página se escribe, en la parte superior, el nombre de la serie, del programa, duración, fecha de grabación y de transmisión.

Serie: _____ programa: _____ duración: _____

Fecha: _____ transmisión: _____

VIDEO

AUDIO

En la mayoría de los programas en vivo no existe un guión tal, para estos programas existe la llamada guía de continuidad a la que podemos considerar como un guión pero abreviado, más fácil de

manejar durante el programa y que contiene la información necesaria para la correcta transmisión. También como en caso de los guiones las hay de muchos tipos, dependiendo de la estación o casa productora; es más, se puede recomendar que cada director desarrolle su propia guía con los elementos que a su juicio considere más necesarios para la dirección del programa.

No obstante consideramos que existen ciertos puntos básicos que debe contener cualquier guía. En primer lugar el encabezado deberá llevar el nombre del programa y su fecha de emisión, así como el director. En un renglón aparte y a manera de cabezales, se deberán indicar el número de la toma, la cámara, el sujeto u objeto que deberá tomar, especificaciones sobre esa toma (por ejemplo si entra material de apoyo mientras se encuentra hablando un comentarista, si hay que incluir algún "super" o subtítulo, etc.) y los tiempos tanto parcial como total.

PROGRAMA		FECHA		
PRODUCTOR		DIRECTOR		
TOMA	COMENTARISTA O CONDUCTOR	ESPECIFICACIONES	TIEMPO PARCIAL	TIEMPO TOTAL

PRODUCTOR:

El productor es el responsable de la producción, elaboración y desarrollo del programa así como quien propone la idea del mismo, debe tener conocimientos técnicos

El productor de un programa de televisión es la persona designada para manejar todos los aspectos administrativos. A diferencia del cine, en donde el productor es quien aporta el capital para hacer la película, en televisión los medios económicos son aportados por la compañía televisora, por el canal o por el gobierno, si se trata de la TV oficial.

En otros casos, son las campañas de publicidad las que manejan la promoción de determinada firma, o a veces sucede que es el productor mismo quien aporta directamente los fondos necesarios para una producción

FUNCIONES:

Suponiendo que ya se tiene idea para hacer un programa, lo primero que se tiene que hacer es encontrar a un escritor y contratar sus servicios para que elabore el libreto. Este paso es muy importante, pues el libreto es el punto de partida de toda operación televisiva.

- ✓ Conociendo las necesidades de un programa, de acuerdo con los libretos o guiones, el productor hará contacto con la televisora o con los estudios de una teleproductora para la contratación de los servicios, tales como el tiempo y las facilidades del estudio y de la grabación, de los servicios escenográficos, de utilería, etc.
- ✓ El productor se entrevistará también con el jefe de presupuestos para elaborar minuciosa y exactamente un presupuesto, a fin de

conocer el costo de los servicios que se solicitan para la producción del programa

Una vez aprobado el presupuesto por el cliente, el anunciante o la agencia publicitaria, el productor puede acercarse a la oficina que recibe los pedidos detallados de todo lo que es necesario en materia de equipo, y de personal técnico para llevar a cabo la operación. Allí será informado de cuál estudio o unidad de control remoto le serán asignados, con qué staff técnico contará, y el día y la hora de la grabación, emisión o tiempo de ensayo, si es necesario, todo de acuerdo con el calendario del departamento que en algunas televisoras importantes se llama de Recepción Central. Estos trámites administrativos son vitales, pues sin ellos no se puede echar a andar ninguna operación relacionada con la producción o emisión de un programa.

ACTIVIDADES DEL PRODUCTOR

- ◆ Contratar a un director para que se ocupe de todos los aspectos creativos y de la dirección del programa o de la serie ²⁰
- ◆ De acuerdo con el director, contratar a los artistas o a las personas que vayan a participar. Es muy importante que el reparto lo elabore un director y que haya completo acuerdo entre ambos.
- ◆ Firmar los contratos con los actores, artistas o participantes
- ◆ Firmar los contratos con los músicos si los hay.
- ◆ Firmar el contrato con el escritor.

²⁰ Villa Miko, El director de televisión, pgs. 47-55

- ♦ Acordar los créditos que se van a dar a cada participante, así como la promoción de artista
- ♦ Designar a su jefe o coordinador de producción y a sus asistentes.
- ♦ Junto con el contador adjunto a la producción, llevar un control detallado de los gastos, tiempos de grabación, llamados a los artistas y técnicos, y vigilar que se opera siempre dentro del presupuesto
- ♦ Supervisar el diseño de toda la producción, es decir, hacer un plan maestro de trabajo, aprovechando los llamados de los artistas, los escenarios que se van a usar, las locaciones, y especificar en el plan de producción o break down el orden de grabación de escenas o secuencias

En este plan general de trabajo, o break down, deben estar especificados los requerimientos de cada escena o número, programados en el calendario de trabajo, tales como:

_____ Que actores o participantes llamará y a qué hora

_____ Que ropa deberán usar.

_____ En que set o escenario deberán estar.

_____ Que utilería es la necesaria.

_____ Qué música o efectos sonoros o de otra índole se van a necesitar.

- ♦ El productor debe supervisar el trabajo del director o realizador, observando que se respete el estilo, la calidad y el espíritu del

programa, así como el ritmo del trabajo y la excelencia. Sin embargo se abstendrá de intervenir en los aspectos creativos y de dirección, que son responsabilidad exclusiva del director que él mismo contrató. Esto no quiere decir que no puede en un determinado momento, sugerir, observar y opinar, pero debe evitar hacerlo delante del personal para no restarle autoridad al director. Todo se podrá exponer en las juntas de su producción, que serán todo lo frecuente que sea necesario antes y durante la producción.

- ♦ Diseñar las campañas de prensa para la presentación del programa o de la serie de acuerdo con el encargado de prensa y de las relaciones públicas de la televisión o de la productora.
- ♦ Presidir las juntas de producción, que tendrán lugar antes y durante la producción y escuchando opiniones, sugerencias o críticas de todo el equipo para mejorar los resultados.

El productor ideal debe conocer a profundidad el medio y todos los aspectos de la televisión, ya que será a través de esta última que podrá presentar un producto para su difusión. Debe conocer desde los aspectos comerciales y administrativos hasta el mercado y las partes artísticas y técnicas.

Debe poseer dotes ejecutivas y saber tomar decisiones, así como tener un criterio propio sobre la calidad de su trabajo y el de sus colaboradores.

Debe conocer ampliamente el ambiente artístico, y los espectáculos, conocer las figuras del momento y las del pasado, y también estar al día en el desarrollo y las diversas corrientes del espectáculo, tanto en el plano nacional como el internacional.

El productor debe ser un buen administrador y saber manejar su presupuesto, ni derroches ni economías que puedan demeritar la calidad del programa

Debe saber delegar responsabilidades en sus colaboradores, a quienes él mismo contrató, tenerles fe y confianza, y estimularles para que se desempeñen mejor. Este estímulo se debe manifestar moral y económicamente

El productor debe ser cortés y amable, pero firme y respetuoso en su trato con los artistas y los socios

Ante todo y sobre todo, el productor, su esfuerzo y su actividad, se deberán poner al servicio del programa, del canal o de la televisora, del cliente o del patrocinador que esté financiando la producción, sin olvidar que el producto que es el programa, lo verán millones de telespectadores

No está demás decir que el productor debe tener una cultura general más que aceptable, para así poder alternar y opinar con propiedad con el director, los artistas, los coreógrafos, los publicistas y la prensa, y con todas las personas que se relacionen con la producción de un programa y desempeñar un buen papel.

No debe ser solamente un hábil empresario sino que también tenga algún grado de sensibilidad artística y debe evitar ser frío y altanero.

Por último un buen productor deberá tener conocimientos generales de contabilidad, de gestión bancaria, de política, etc. Ha de ser extremadamente previsor, desconfiado, poseedor de dotes de mando, de facilidad de persuasiva y capacidad de improvisación.

DIRECTOR:

Trabajar para y ante unas cámaras, en un espacio limitado y para una pantalla pequeña, que no tiene, las características de un teatro o de la pantalla de una sala cinematográfica, necesariamente implica un estilo, un lenguaje y ciertos principios básicos específicos para el mejor aprovechamiento de lo que sucede ante las cámaras de televisión.

El director es el que dirige las cámaras y da las indicaciones a las personas encargadas de manipular el switcher o conmutador de imágenes, que es en donde se seleccionan las tomas ²¹

Parte muy importante de la dirección de televisión es la mecánica escénica, es decir la forma de disponer y mover a quienes van a actuar frente a las cámaras. Lo anterior sólo es posible en los programas diseñados y planeados para la televisión, ya que en la difusión de eventos o espectáculos de otro tipo, en los que el director no tiene injerencia al armar el espectáculo, tendrá que conformarse con captarlos tal como son, lo mejor que pueda con base en su oficio y su capacidad. Al diseñar la mecánica escénica para la televisión es aconsejable tener en cuenta ciertos principios generales que son básicos, tales como:

1. Que los actores, los artistas o los participantes están actuando para y ante unas cámaras.
2. Que los participantes deben estar conscientes de la presencia del equipo, pero no pendientes.
3. Que las dimensiones de la pantalla de un aparato de televisión por lo general son pequeñas.

²¹ ibidem p. 68

- 4 Que a mayor velocidad de movimiento, los encuadres o planos deberán ser más amplios.
- 5 Que a menor velocidad de movimientos, los encuadres o tomas pueden ser más cercanos o cerrados
- 6 Que las distancias o los espacios son amplificados al ser capturados por las cámaras
7. Que los grupos numerosos y los grandes conjuntos pierden valor en la pantalla
- 8 Que las cámaras pueden acercarse o alejarse del sujeto por medio de la lente, y tienen ruedas para desplazarse.
9. Parte de un lenguaje y de un medio de expresión visual.

Al dirigir escénicamente para televisión, el director lo hará pensando y sabiendo siempre lo que quiere lograr con sus cámaras y su dirección deberá ser minuciosa y detallista en cuanto a posiciones y movimientos, sobre todo en los programas dramatizados. Debe tomar en cuenta que el más pequeño movimiento del actor puede cambiar totalmente la trama y por lo tanto sus áreas de actuación y sus movimientos deben estar totalmente medidos.

Todo esto facilitará el trabajo de cámaras, el ensayo de cámaras y la grabación, ya que los planos y las tomas se irán consiguiendo tal, y como se concibieron al hacer el corte de cámaras o shooting script, que siempre deberá ser preparado antes del día de la grabación.

Al planear el movimiento escénico, el director marcará su libreto y registrará el movimiento escénico con sus propios signos y marcas. Ese libreto y el desarrollo de los ensayos previos al día de la grabación serán la base decisiva para hacer el corte de cámaras que servirá para la

realización del programa. Aquí cabe mencionar que es de suma importancia tener en cuenta lo que es la idea teatral que nos muestra, los principios básicos de la composición dramática es decir: exposición, desarrollo y desenlace así como el valiosísimo sentido de lo que es el climax y el suspenso para poder aplicarlos, ya que estos son elementos importantes en todo tipo de espectáculos, incluyendo, claro está, la televisión.

Al evaluar la calidad artística de un programa televisivo siempre se hace referencia a la personalidad del director, sea para ensalzarlo o para condenarlo. Si la narración es incoherente, se achaca la culpa al director, si la interpretación es deficiente, se culpa en última instancia, al director, y lo mismo puede decirse con respecto a la calidad de la fotografía. Esto parece en principio una contradicción, porque da la impresión de que si la narración es mala, la culpa será del guionista, si los locutores son malos, suya será la culpa, y del mismo modo que el operador es responsable de la fotografía. Pero esto es exacto sólo parcialmente.²²

No cabe duda de que la calidad profesional y la competencia del guionista, de los actores y los técnicos influyen en la calidad de un programa, incluso en algunos casos su personalidad influye tanto que llega a eclipsar, en parte la personalidad del director. No obstante lo normal es que el director venga a ser algo así como el capitán del barco y, por tanto, responsable del éxito o del fracaso artístico de su programa.

El elemento fundamental para el trabajo del director es el guión, jamás deberá presentarse el director a un estudio o locación, sin antes haber estudiado y analizado a ciencia cierta el guión que va a dirigir para la grabación o transmisión. El director debe tener la facultad de imaginar visualmente el guión o unas secuencias mientras va leyendo además de

²² Miguel Ángel Quijada Soto, op.cit. pgs 73-74

un gran sentido de observación y tener la capacidad para mezclar a la perfección los tres elementos fundamentales que son: imagen, sonido y movimiento. Para dirigir un programa el director debe tener capacidad de mando, quien solo posee quien domina los recursos del medio y tiene experiencia y conocimientos amplios de su profesión.

Por todo lo expuesto resulta claro que no es fácil hablar de las funciones del director de televisión, porque prácticamente no existen límites a su competencia en el orden artístico, en el orden técnico la responsabilidad es del ingeniero al mando y el productor será el jefe en el orden administrativo.

Actualmente en televisión existen un director artístico y un director técnico. Esto se debe a que la televisión ha atraído a muchos directores y especialistas de cine que no conocen a fondo la técnica o posibilidad de la televisión, o no les gusta dirigir viendo monitores ni dar ordenes por el intercomunicador, por lo cual es necesario un director técnico.

La labor del director es múltiple y está relacionada con todos y cada uno de los aspectos de la creación televisiva. Su preparación profesional deberá ser, pues, basta y humanística. Sus conocimientos deben o deberían abarcar, además de la técnica televisiva, la literatura, el teatro, el cine, la música, la pintura, la teoría de la estética, psicología... y tantas cosas que requieren, necesariamente, la vocación creadora y la responsabilidad social del artista.

3. 4 EL MENSAJE

Es la provocación de efectos y la divulgación de formas consumadas.

CLASIFICACIÓN DE LOS MENSAJES EN TELEVISIÓN.

He aquí la clasificación presentada de los mensajes de los distintos programas que se pueden producir de tal forma que se integran en barras de programación que mantengan un equilibrio informativo de acuerdo al receptor del medio televisivo ²³

De esta forma se dividió en tres.

- Por las funciones que tiene un programa
- Por el tema que trate el programa
- Por el género que utilice para presentar un programa.

Cada uno de estos tipos puede complementarse entre sí, de tal manera que un programa puede clasificarse de la siguiente forma: por su función puede ser de entretenimiento (la ligereza con que se trate el programa), por su tema puede ser político y por la forma en que se trate puede ser de espionaje

Para finalizar este capítulo he de agregar algo sumamente importante a mi juicio es la "evaluación" de un programa en la TV., entre otras cosas para poder ver si ha llegado el mensaje al teleauditorio.

Se define como la determinación de las desviaciones entre lo planeado y lo alcanzado, formulando cuando se requiera, recomendaciones que permitan retroalimentar el proceso. Pues sólo en la medida en que se conozca el grado de penetración y aceptación de los mensajes se podrá planear, decidir y ejecutar con bajos niveles de incertidumbre los cursos a seguir dentro del papel que juega la televisión

²³ Ahumada Barajas Rafael. op.cit p 19

en el desarrollo de su función, sin caer en información reiterativa escasa o fuera de orden

Para ello, es importante buscar el perfeccionamiento a través de evaluaciones periódicas con el teleauditorio, que permitan crear, suprimir o modificar los mensajes. Para conocer los efectos que los mensajes provocan en el auditorio deberán medirse en dos sentidos.

-Las respuestas dirigidas al emisor por medio de las cuales el receptor reafirma o solicita la modificación del mensaje

-Las respuestas del público que se observarían en los cambios de hábito, conductas etc.

Los resultados de estas evaluaciones permitirán a los productores de los programas corregir o mejorar las series televisivas para que los mensajes puedan llegar tal como se ha propuesto, a la gente que se encuentra viendo televisión

Por último, no hay que olvidar que para evitar errores antes de iniciar las transmisiones al aire de la serie, es necesario producir un primer programa denominado piloto el cual se somete a la evaluación con un grupo representativo del público meta de la serie. Esto es con el fin de poder medir las potencialidades reales del programa y poder subsanar las deficiencias que pudiera presentar el mismo, a la vez que se podrían corregir estrategias de producción previstas antes de la realización de la serie; esto reduciría el nivel de incertidumbre en el trabajo e implementación de la producción de la serie

Capítulo 4

"Sensación de Vivir"

la propuesta

4.1 PROYECTO DE SERIE

La propuesta a desarrollar pretende:

OBJETIVO GENERAL:

Ofrecer una opción más de sano esparcimiento y despliegue creativo a través de la manifestación personal y artística de la gente a través de uno de los medios colectivos de comunicación e información como lo es la televisión.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- Dar un mensaje positivo a la audiencia mediante secciones que fomenten el gusto por el arte entendiéndose por este a (cualquier tipo de expresión artística como: canciones, bailes, cocina, poesía, fotografía, pintura, conducción etc.)
- Promover el acercamiento de la unión familiar así como el reconocimiento de los valores sociales en el individuo.
- Servir como foro de información, de expresión y aprendizaje para la gente, tanto a niños, jóvenes, adultos y ancianos.
- Motivar la creatividad artística de algún gusto en particular por medio de secciones que permitan manifestar esos gustos y ayuden al desarrollo personal.

JUSTIFICACIÓN:

Ahora más que nunca hace falta que la interrelación que existe entre los medios masivos y el público receptor sea de una comunicación que deje un mensaje de estímulo por lo positivo, lo saludable, humanista, mediante alternativas creadas por el hombre y presentadas a través de los mass media, con buenos propósitos interactivos, para eliminar o disminuir en su caso la maldad (que en este caso supone una falsificación de la vida). Es decir que si a toda hora se escucha y se ve por todos lados (radio, carteles, prensa y televisión), droga, violencia, crítica destructiva, robos, sangre y demás cosas dañinas que aunque reales, también la frecuencia de su presencia puede contribuir a extender una sociedad con una conducta de efectos nocivos y perjudiciales aunque en un principio parezca normal y se quiera adoptar como un estilo de vida pues si se presenta toda esta información a la vista de cualquiera "no puede ser tan malo" y por qué no hacerlo. "gran error"

Es por eso que mediante la televisión que es un aparato de gran penetración se ha querido dar una alternativa más a un espacio de entretenimiento sano como lo es la propuesta de este trabajo y hacer saber que pueden haber modelos distintos a los que operan en la industria de la comunicación específicamente televisiva, para captar la atención de un público.

La unión familiar, la interactividad del programa con la gente, la expresión artística, la música, que a quien más siempre va a encontrar una canción o una melodía con la que se identifique; y la creación artística son parte importante y esencial de Sensación de Vivir para que las personas se interesen en ella y poder brindarles además de un servicio como medio de comunicación, un lugar de entretenimiento y donde pueden exponer sus inquietudes artísticas y hasta personales relajarse y pasarla bien. No hace falta recurrir a programas de contenido tan vacío

como los chismes y la crítica de (Ventaneando y la Botana); al amarillismo como otros tantos (Duro y Directo, Visión Urbana) o a la violencia para mantener pendiente de la serie a una sociedad y al individuo que lo que requieren es la integración de valores familiares y sociales y el mutuo enriquecimiento de su desarrollo, un programa cultural es una buena alternativa pero a mi parecer se vería limitado solo a un sector de la población y lo que se busca en Sensación de vivir es que todos participen sin relegar a nadie ya que todos formamos parte tanto de una familia como de la sociedad y hasta de un país y merecemos ser tomados en cuenta y lo más importante mantener la sensación de que estamos vivos por medio de la alegría el entusiasmo y la comprensión siguiendo juntos un camino de unidad hacia nuestra superación en cualquier aspecto de nuestro desarrollo personal y aunque haya algún programa parecido al propuesto es indudable que no logra reunir lo que Sensación de Vivir, es decir:

- Que sea para toda la familia
- Que sea en vivo y la gente pueda ir al estudio a presenciar el programa.
- Con secciones cómicas pero que también informe.
- Interactividad con las personas en casa que necesiten ayuda

Y sobre todo, que el programa esta pensado para que participe la gente dando a conocer sus cualidades o preferencias por medio de secciones en donde tendrán la oportunidad de mostrar su talento o trabajo a todo el publico presente y al televidente, como el cantar actuar, pintura, escultura, fotografía, poesía, baile, conducción, modelaje, diseñadores, contar chistes, y en cuanto a los niños si son buenos en la bicicleta, en el trompo, yoyo etc. lo que quieran expresar, lo mismo con

los ancianos, habrá una puerta abierta en el espacio que tendrá la serie que pretende reconocer los valores humanos realzar el autoestima, darle sentido a la vida, y en donde el protagonista es el propio público.

No importa raza, sexo o color, es el ser humano el que cuenta aquí, cualquiera que tenga sentimientos, ya que por naturaleza el hombre busca expresarse y comunicarse con sus semejantes.

Hay que tomar en cuenta que la vida es un lujo, hay que vivir y dejar vivir dando lo mejor de nosotros, sonreír con optimismo hoy mañana y siempre, es por ello que se pensó en hacer una propuesta de este tipo mediante un programa de televisión ya que faltan series que difundan la risa, la alegría, la comunicación participativa de las personas que buscan decir algo a través del arte, haciendo sentir que estamos vivos porque pensamos decimos y actuamos.

En cuestión de comunicación sin pretensión de ningún tipo, la propuesta del programa puede ser una guía o una pequeña fuente de inspiración para nuevos proyectos o técnicas de los estudiantes de comunicación y periodismo en cuanto a la emisión de mensajes.

PÚBLICO META:

Es la base del programa propuesto si no se hubiera pensado en él no hubiera habido propuesta ya que público es el protagonista de la serie. De acuerdo con esto el público al que ha de estar dirigido el proyecto se complementa en tres aspectos

- 1) Que sean: Mujeres, hombres, niños, jóvenes, adultos o ancianos.
- 2) que tengan la posibilidad de atender sus quehaceres temprano o que por algún motivo no se encuentren realizando ninguna actividad y que quieran pasar un rato entretenido ya sea, por medio de la

televisión o mediante la asistencia al programa, mucho mejor si es la familia junta, no interesa la condición social o económica ni la nacionalidad.

- 3) Este aspecto es esencial debido a que se trata del público participante que será todo aquel con espíritu competitivo, en forma por demás sana y amigable, deseoso de comunicar artísticamente alguna cosa.

CARACTERÍSTICAS DE LA SERIE:

NOMBRE: *"Sensación de Vivir".*

Se escogió este nombre porque en la palabras Sensación de Vivir lleva implícito el cuestionamiento de ¿a qué se refieren con dicha expresión? ¿Que tiene el programa que le dieron ese término?, ¿que ofrece?.... en cierta forma es para captar desde un inicio la atención del público, además de que la frase a mi parecer invita a un realce de ánimo y a presenciar al menos por una vez de que se trata la emisión.

GÉNERO: *Espectáculo*

Por presenta varias secciones de las cuales cada una maneja una característica diferente con una tendencia de géneros variable que son de tipo: musical, cómico, concurso.

TEMÁTICA: *Social*

Porque dentro de las emisiones de la serie se abordarán temas tales como alcoholismo, vandalismo, depresión, etc., buscando orientar a personas con alguno de estos problemas y que busquen ayuda, en unión con cuestiones tratadas en forma amena sobre la ciudad de México y sus colonias.

FORMATO: *Revista*

Porque está dividido en varias secciones de distintos estilos ya que la creatividad que ha de surgir en el programa requiere la diversidad en su formato.

CONTENIDO:

Se referirá a aspectos de la vida cotidiana resaltando en el transcurso de la emisión a manera de actividades que han de realizar los participantes, gustos y problemas que se tienen a diario, utilizando para ello un manejo de lenguaje y de expresión artística sencillos, comprensibles y accesible a los destinatarios para hacer más fácil y agradable el desarrollo del espectáculo.

DURACIÓN DE CADA PROGRAMA:

El tiempo al aire propuesto, que pretende exponer la emotividad humana y su ingenio creativo captando de esta forma una realidad social, evitando llegar al cansancio y pérdida de ánimo en el espectador, abarcando las secciones pensadas, es con la duración regular de una hora (60 minutos) sin tiempo determinado en cada bloque del programa.

HORARIO: de 18:00 a 19:00 hrs

Se ha escogido este horario porque:

a) Sensación de Vivir es un programa familiar y en televisión el horario de 6 a 7 es un horario apto para toda la familia

b) Resulta más fácil, cómodo y descansado ver la televisión por la tarde para la mayoría de las personas después de hacer sus labores (quehaceres domésticos, escolares, trabajo). si fuera en la mañana lo verían por lo general las amas de casa, si fuera en la noche únicamente lo verían los adultos y se quiere que lo vea todo mundo.

PERIODICIDAD: De lunes a viernes

Se propone que el programa se transmita estos cinco días para dar opción al televidente de encontrar un espacio en el que pueda hallar diversión y entretenimiento sano, justo en los días en que uno está más estresado y preocupado.

LOS RASGOS QUE SE PROPONEN TRATAR EN LA SERIE SON:

En una serie de bloques se han de abordar:

- Juegos
- Canciones
- Baile
- arte
- reportajes diversos
- orientación profesional
- humor

Estos rasgos que han de presentarse obedecen a un acontecer diario en la vida del individuo y es lo que se busca mostrar, el reflejo de una sociedad que se está viviendo con tendencias y preferencias varias que han de ser en ocasiones la válvula de escape al tedio o al aburrimiento, así como inicio de una meta propuesta, o al desarrollo personal

* Muy aparte de lo que encierra el llevar a cabo el desarrollo de la propuesta cabe aclarar que no se tratará ningún aspecto económico es decir los costos de producción o el presupuesto de producción porque no es la intención de que el programa se lleve a cabo en forma práctica, única y exclusivamente es dejar plasmada una idea, un proyecto con el único interés de hacer surgir la intención de provocar el estudio de la difusión comunicacional a través de los medios masivos de información.

4.2 ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

SENSACION DE VIVIR

(Carátula)

GUIÓN Y DIRECCIÓN:

IVONNE ESQUIVEL

TRANSMISIÓN: DIRECTA

DURACIÓN: UNA HORA (60 MINUTOS)

FORO ESTUDIO DE TELEVISIÓN.	REPORTAJES SOBRE
ESCENOGRAFIA EN LA PARED DEL FONDO DE FRENTE AL PUBLICO ESTARAN DIBUJADAS UNAS SILUETAS REALIZANDO ALGUN MOVIMIENTO, HABRA TAMBIEN EN EL ESCENARIO UNA FUENTE, EL ESPACIO PARA LOS MUSICOS Y UNA GRAN JARDINERA.	-ALGUNA COSA DE ACTUALIDAD. -UNA NOTICIA IMPORTANTE. -LA VIDA DE UNA ESTRELLA DEL DEL ESPECTACULO. -ANIMALES.
PROPUESTA DE CONDUCCION UN HOMBRE Y UNA MUJER JOVENES CON LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS: -ALEGRES. -CARISMATICOS. -ESPONTANEOS. -DE BUEN HUMOR.	SELECCIÓN DE PARTICIPANTES (SERAN 18 EN LAS DIFERENTES SECCIONES), ADEMAS DEL CONDUCTOR DEL DIA. -LOS VIDEO JUEGOS.....2 -HAZ LO QUE MAS TE GUSTA.....1 -COSAS DEL CORAZON.....5 -{PAREJAS} EN EL BAILE.....5
ENLACES DIRECTOS: -DESDE CUALQUIER COLONIA DE LA CIUDAD DE MEXICO.	UTILERIA ESPECIAL: -RECONOCIMIENTOS. -MAQUINAS DE VIDEOJUEGOS. -PANTALLA DE TELEVISION.

FECHA TENTATIVA DE TRANSMISIÓN:

FEBREO 1 2000

HORARIO DE TRANSMISIÓN:

17 00 - 18 00 HORAS

BLOQUES DEL PROGRAMA

BLOQUE	ACTIVIDAD/ SECCIÓN
1	-ENTRADA -SALUDO DE LOS CONDUCTORES -PRESENTACIÓN DE LO QUE HABRA EN EL PROGRAMA
2	SECCIÓN -LOS VIDEO JUEGOS
3	SECCION COSAS DEL CORAZON
4	SECCIÓN -HAZ LO QUE MAS TE GUSTA -NUMERO MUSICAL -PLATICA CON ARTISTA INVITADO
5	SECCIONES -EL REPORTAJE -EL BAILE -UN MOMENTO DE HUMOR -ENLACE EN DIRECTO
6	-ELECCIÓN DEL CONDUCTOR -NUMERO MUSICAL -ENTREGA DE RECONOCIMIENTOS -DESPEDIDA DEL PROGRAMA

Para llevar un ordenamiento dentro de la emisión.

4.3 LAS SECCIONES DEL PROGRAMA

Serán ocho secciones en total las que se presentarán a diario. Estas secciones están pensadas para que chicos, medianos y grandes se identifiquen con el programa, porque hay secciones para todas y cada una de las personas que quieren tener y pasar un buen rato y son:

Los video-juegos: En este segmento los niños serán los que van a participar

En el transcurso de una semana se irán seleccionando a dos niños o niñas por día, quienes con algún video-juego de destreza (exceptuando aquellos que inciten a la violencia) tratarán de hacer la mayor puntuación posible para pasar a la ronda de la final en donde el viernes competirán los que hallan obtenido la mayor marca, el ganador se llevará un video-juego casero.

Has lo que más te gusta: Aquí, se le invitará a alguien del público asistente sea niño o adulto a que pase al escenario a cantar o bailar, que recite un poema, muestre alguna exposición de lo que colecciona, o de pinturas, esculturas, fotografía, enseñe alguna receta de cocina etc lo que él quiera hacer en ese momento

Cosas del corazón: En especial esta sección me parece muy noble porque siempre alguien tienen por alguna u otra razón problemas con el novio con la esposa, con un amigo muy cercano, con los padres, y se trata de lo siguiente:

Se contará con la participación de un profesional el cual dará consejos a las personas (adolescentes y adultos) que lo soliciten.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

pero esto solo será para quienes se encuentran en casa, tendrán que llamar por teléfono

Un momento de humor: En este espacio, nuestro talento artístico tendrá a su cargo un sketch cómico o una selección de chistes para deleite del público.

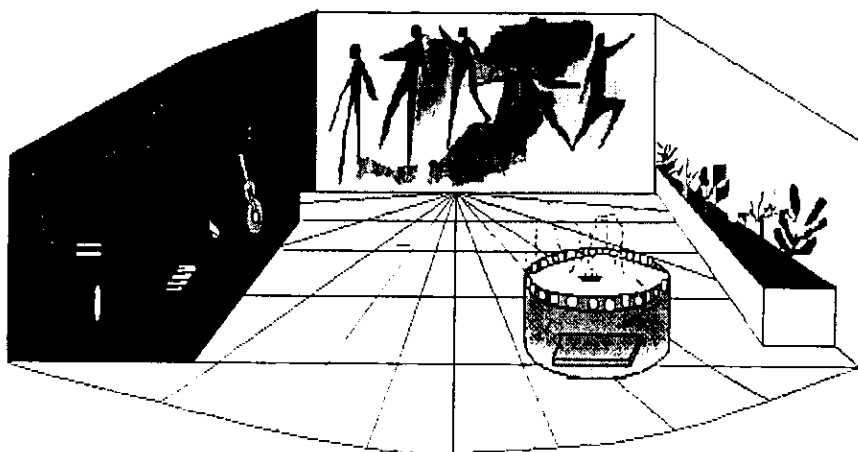
El baile Las parejas que hallan decidido participar (5 en total) tendrán que bailar durante 4 minutos diferente tipo de música, al final del tiempo por medio de la votación de la gente del público se escogerán a los ganadores

El reportaje: Me parece que es bueno saber un poco más de cosas que posiblemente por el tiempo de nuestras actividades no podemos conocer o estar al tanto, como por ejemplo "cual es la mejor forma de ahorrar" etc no habrá un tema en específico pero si serán cosas con las que nos podremos familiarizar por que nos involucra, como parte de una sociedad. Es por eso que se ha incluido esta sección.

El invitado especial: Será por lo general un cantante, pero también podrá ser un escultor, un pintor, un poeta etc., reconocidos, actuando en el estudio y contando un poco más de su vida y su carrera

Enlaces en directo: En donde dos transeúntes serán escogidos al azar por el enviado especial, a que hablen de lo bueno que hay en su colonia, y que "oso" han hecho dentro de ella, posiblemente junto a la casa del vecino, en la tienda de al lado etc.

El conductor del día: Será escogido de entre el público asistente, una mujer un día y un hombre otro día, que acompañaran respectivamente a los conductores a cargo del programa.



proyecto de escenografía

PROGRAMA SENSACIÓN DE VIVIR NUMERO 0	PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL FECHA FEBRERO 1, 2000
---	--

LLAMADOS TALENTO ARTÍSTICO

TALENTO ARTÍSTICO	HORA	LUGAR
CONDUCTORES	14 00	FORO
PARTICIPANTES	14 00	FORO
ARTISTA INVITADO	16 30	FORO
INVITADOS ESPECIALES	16 30	FORO

UTILERIA ESPECIAL RECONOCIMIENTOS, PLACAS, CUBOS PARA
MICROFONOS
OBSERVACIONES PREPARAR LAS CÁPSULAS INFORMATIVAS.
PUNTUALIDAD.

PROGRAMA SENSACIÓN DE VIVIR
NUMERO 0

PRODUCTOR: IVONNE ESQUIVEL
FECHA: FEBRERO 1, 2000

LLAMADOS SERVICIO

SERVICIOS	HORA	LUGAR
MONTAJE	12:00	FORO
SEGURIDAD	12:00	FORO
INTENDENCIA	12:00	FORO
ALIMENTACION	13:00	FORO
MAQUILLAJE Y PEINADOS	14:00	FORO
VESTUARIO	14:00	FORO

PROGRAMA SENSACIÓN DE VIVIR
NUMERO 0

PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL
FECHA FEBRERO 1 2000

LLAMADO STAFF

STAF	HORA	LUGAR
PRODUCCIÓN	12:30	COLONIA
TECNICO	12:00	FORO
ARTISTICO	12:30	FORO
RELACIONES PUBLICAS	12:30	COLONIA

PROGRAMA SENSACION DE VIVIR
NUMERO 0

PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL
FECHA FEBRERO 1, 2000

LLAMADOS EQUIPO

EQUIPO	HORA	LUGAR
UNIDAD MOVIL	13 00	COLONIA
PLANTA MOVIL	13 00	COLONIA
AUDIO	13 00	FORO
ILUMINACION	13 00	FORO
VIDEO	16 00	FORO
SISTEMA PORTÁTIL	16 00	COLONIA

BREAK DOWN

PROGRAMA SENSACION DE VIVIR
NUMERO 0

PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL
FECHA FEBRERO 1, 2000

ACTIVIDAD	HORA DEL	AL
MONTAJE (ESCENOGRAFIA)	12:00	13:00
JUNTA DE PRODUCCION	13:00	14:00
REFRIGERIO	14:00	15:00
PRUEBAS TECNICAS	15:00	16:00
VESTUARIO MAQUILLAJES Y PFINADOS	16:00	17:00
TRANSMISION	17:00	18:00
REFRIGERIO	18:00	19:00
DESMONTAR UNIDAD MOVIL	19:00	

BREAK DOWN

PROGRAMA SENSACIÓN DE VIVIR NUMERO 0	PRODUCTOR: IVONNE ESQUIVEL FECHA FEBRERO 1 2000
---	--

PROGRAMA SENSACIÓN DE VIVIR	TRANSMISIÓN DIRECTA
PRODUCTOR ESQUIVEL RODRIGUEZ	FECHA ENERO 28 2000
REALIZADOR ESQUIVEL RODRIGUEZ	DURACIÓN: 1 HORA
ENLACE COLONIA IMPULSORA	NUMERO DE PROGRAMAS

PLAN GENERAL DE PRODUCCIÓN

PROGRAMA SENSACION DE VIVIR
NUMERO 0

PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL
FECHA FEBRERO 1 2000

PILOTO

ACTIVIDAD	LUGAR	FECHA	
		DEL	AL
SCOUTIN	CANAL	3- ENE	4-ENE
PERMISOS	VARIOS	7- ENE	8-ENE
SOLICITUD DE SERVICIOS	CANAL	10-ENE	14-ENE
PRODUCCION. ESPACIOS INFORMATIVOS. RUBRICAS			
LEVANTAMIENTO DE IMAGEN (CAPSULAS INFORMATIVAS Y RUBRICAS)	VARIOS	17-ENE	20-ENE
CALIFICACION DE MATERIALES	CANAL	21-ENE	21-ENE
GRABACION DE VOZ EN OFF	CANAL	22-ENE	22-ENE
SELECCIÓN DE PARTICIPANTES	CANAL	18-ENE	18-ENE
PLAN DE PROMOCIÓN	VARIOS	24-ENE	31-ENE
ENSAYO DE PARTICIPANTES	FORO TELEVISIÓN	DE	24-ENE 24-ENE
ENSAYO DE CONDUCTORES	FORO TELEVISION	DE	25-ENE 25-ENE
RECONOCIMIENTOS	OPI ART	26-ENE	26-ENE
DIA DE TRANSMISIÓN	ESTUDIO (VARIOS)	27-ENE	27-ENE
MASTER FINAL	CANAL	29-ENE	29-ENE

GUIA DE CONTINUIDAD

PROGRAMA SENSACION DE VIVIR
NUMERO 0

PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL
FECHA FEBRERO 1 2000

BLOQUE 1

ACTIVIDAD	CONDUCTOR	ESPECIFICACIONES	T P	T A
FADE IN A ENTRADA DEL PROGRAMA	VOZ EN OFF	(Se van abriendo las cortinas del escenario) VOZ EN OFF: Es tiempo de pasarla bien así es que Acompáñenos en esta "SENSACION DEVIVIR"	15"	15"
FADE OUT A ENTRADA INSTITUCIONAL		PREGRABADA (Imagen de parque a pleno sol) en donde hay niños, adultos y ancianos, algunos de los cuales saludan sonrientes a la cámara	1'30"	1'45"
PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA	CONDUCTOR	(EN EL ESCENARIO) CONDUCTOR: Me da mucho gusto que estén con nosotros, tenemos muchas sorpresas pero sobre todo queremos que disfruten el programa y la pasen a gusto Ahora les voy a presentar a mi compañera de esta tarde	1'	2'45"
PRESENTACIÓN DE LO QUE HABRA EN EL PROGRAMA	CONDUCTORA	CONDUCTORA: Hola como están, espero que bien saludos a todos hoy tendremos las secciones Los videojuegos, cosas del corazón haz lo que mas te gusta, además contaremos con la actuación de _____ también esta la seccion del baile, un reportaje sobre____ _____ que les va interesar, y más, mucho mas no se vayan que ya iniciamos.	1'10"	3'55"
RUBRICA DEL PROGRAMA			15"	4'10"
CORTE A COMERCIALES			2	6'10"

GUIA DE CONTINUIDAD

PROGRAMA SENSACION DE VIVIR PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL
 NUMERO 0 FECHA FEBRERO 1 2000

BLOQUE 2

ACTIVIDAD	CONDUCTOR	ESPECIFICACIONES	T.P	T.A
FADE IN A SELECCIÓN DE LOS PRIMEROS PARTICIPANTES	CONDUCTOR	PREGUNTA QUIEN QUIERE PARTICIPAR	6"	6'16"
SECCIÓN LOS VIDEOJUEGOS	PRESENTADOR (ayudante)	(SE EXPLICA EN QUE CONSISTE EL JUEGO) PRESENTADOR: La habilidad es muy importante en esta sección de lo que se trata es de hacer el mayor numero de puntos y quien lo haga estará en la marca de la semana que día con día se irá registrando hasta el viernes que se sabra quien de los cinco amigos que jugaron en la semana obtuvieron las mejores marcas es el campeón Haber por aquí tenemos a _____ ¿y tu te llamas? _____ (al otro participante)	30"	6'46"
PARTICIPANTES		REALIZACIÓN DEL JUEGO	2"	8'46"
RUBRICA DEL PROGRAMA			15"	9'1"
CORTE A COMERCIALES			2"	11'1"

GUIA DE CONTINUIDAD

PROGRAMA SENSACION DE VIVIR NUMERO 0	PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL FECHA FEBRERO 1. 2000
---	--

BLOQUE 3

ACTIVIDAD	CONDUCTOR	ESPECIFICACIONES	T P	T A
FADE IN A RUBRICA DEL PROGRAMA			15"	11'16"
SECCION COSAS DEL CORAZON	CONDUCTORES	(ACOMPANADOS DE UN ESPECIALISTA) CONDUCTORA: Nos encontramos aqui con quien nos va a ayudar en esta sección dedicada a quienes nos ven en sus casas y tienen algun problema con un familiar, conocido, pariente, o quizás te sientes solo o sola y quieres que alguien te escuche, para eso estamos en este programa CONDUCTOR: Llámanos a los teléfonos que aparecen en pantalla, no necesitas decir al aire tu nombre sólo tu problema y nuestro especialista hablara contigo ESPECIALISTA: (comentando)	1'	12'16"
LAS LLAMADAS TELEFONICAS	CONDUCTORES	(LOS CONDUCTORES TOMAN LAS LLAMADAS Y EL/LA ESPECIALISTA RESPONDE A LOS CASOS	8'5"	20'21"
SELECCIÓN DE PARTICIPANTE		CONDUCTOR (ayudante) (busca entre la concurrencia a alguien deseoso de expresar artísticamente alguna habilidad o un gusto.	6"	20'27"
RUBRICA DEL PROGRAMA			15"	20'42"
CORTE A COMERCIALES				

GUIA DE CONTINUIDAD

PROGRAMA SENSACIÓN DE VIVIR		PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL		
NUMERO 0		FECHA FEBRERO 1 2000		
BLOQUE 4				
ACTIVIDAD	CONDUCTOR	ESPECIFICACIONES	T.P	T.A
FADE IN A SECCION HAZ LO QUE MAS TE GUSTA	CONDUCTORES	PRESENTACIÓN DE LA PERSONA QUE VA A PARTICIPAR	15"	2'57"
PARTICIPANTE		Realización de la sección	3	25'57"
NUMERO MUSICAL		SUPER NOMBRE Y TITULO DEL TEMA	3	28'57"
PLATICA CON ARTISTA INVITADO	CONDUCTOR Y CONDUCTORA	LOS CONDUCTORES CHARLAN CON EL ARTISTA INVITADO EN LA FUENTE	3 15	32 12
CORTE COMERCIALES	A CONDUCTOR	CONDUCTOR: Enseguida regresamos para seguir platicando con	15"	32'27"
RUBRICA PROGRAMA	DEL		2"	34 27"

GUIA DE CONTINUIDAD

PROGRAMA SENSACIÓN DE VIVIR NUMERO 0	PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL FECHA FEBRERO 1 2000
---	---

BLOQUE 5

ACTIVIDAD	CONDUCTOR	ESPECIFICACIONES	T P	T A
FADE IN A REPORTAJE		PREGRABADO	2	36'27"
SELECCIÓN DE PARTICIPANTES	Conductora	(Sale del escenario y va con el publico) CONDUCTORA: ¿a todos los que estamos aqui nos gusta bailar? (comenta) no los escucho queremos cinco parejas bien prendidas para bailar. ¿quiénes van a ser? levanten la mano.	3	39'27"
SECCION EL BAILE		Realización de la sección (presentando al inicio a las parejas)	5	44'27"
UN MOMENTO DE HUMOR		Pregrabado si es sketch (En vivo si se cuentan chistes)	3 15	47'42"
ENLACE EN DIRECTO	Presentadora (Ayudante)	(Anunciar desde que parte esta enlazada y hablar sobre el lugar) PRESENTADORA: Estoy aqui con dos personas que nos van a decir lo bueno de su colonia y que "oso" han hecho dentro de ella. ¿ vamos a averiguarlo ? PRIMERA PERSONA: SEGUNDA PERSONA:	4'	51'42"
RÚBRICA DEL PROGRAMA			15	51'57"
CORTE A COMERCIALES			2'	53'57"

GUIA DE CONTINUIDAD

PROGRAMA SENSACIÓN DE VIVIR
NUMERO 0

PRODUCTOR IVONNE ESQUIVEL
FECHA FEBRERO 1, 2000

BLOQUE 6

ACTIVIDAD	CONDUCTOR	ESPECIFICACIONES	T.P	T.A
FADE IN A ELECCION DEL CONDUCTOR	Conductores	El conductor a cargo preguntará al publico asistente quien desea ser conductor invitado en el proximo programa y platicará unos segundos con la persona voluntaria	1'10"	55'4"
NUMERO MUSICAL		(Artista invitado) SUPER NOMBRE Y TITULO DEL TEMA	3'10"	58'10"
ENTREGA DE (reconocimientos) Y DESPEDIDA DEL PROGRAMA	Conductores	CONDUCTORA: Y ahora les vamos a hacer entrega de un reconocimiento a todos los que estuvieron participando con nosotros en Sensación de Vivir CONDUCTOR: Por favor vengan pasen a recibirlo y Gracias por haber estado en el programa. de verdad esperamos que la hallan pasado tan bien como nosotros CONDUCTORA: Nos sintonizarnos mañana ,tendremos baile, buen humor, un super elencazo, vale la pena que vengan o nos vean desde sus casas Y sobre todo no se olviden de sentir una sensación. Que es la SENSACION DE VIVIR hasta mañana		
RUBRICA DEL PROGRAMA CREDITOS FADE OUT			15"	60"

CONCLUSIONES

La elaboración de un trabajo y su investigación permiten averiguar hechos, formular hipótesis, probar teorías, arrojar nuevas luces sobre hechos ya conocidos, establecer juicios y conclusiones, mediante la organización y la síntesis de los materiales manejados

Para realizar el trabajo y obtener toda la información requerida acerca de un tema, es conveniente seguir un orden hasta llegar a los resultados deseados

Así, los pasos que se siguieron para la tesis desde el proyecto fueron:

- elección del tema
- planeación del trabajo
- recopilación de datos e informaciones
- redacción del escrito.

Y por supuesto se eligió el medio de comunicación en torno al cual giró el tema tratado siendo la televisión la elección escogida entre otras cosas por ser uno de los medios de mayor interés en el ámbito de la comunicación

Todo esto me ha llevado a concluir como lo dije en mi hipótesis que el periodismo y la comunicación bien manejados, en conjunto con algunas ideas e inquietudes sugeridas por el hombre, hacen posible el desarrollo de nuevos proyectos que llevar a cabo en cualquiera de los medio de información.

No cabe duda que no es nada fácil preparar y hacer un trabajo, requiriendo doble esfuerzo por su complejidad el desarrollo de una tesis, pero la dedicación el empeño y constancia lo hacen posible poniendo en práctica los conocimientos adquiridos en nuestra educación profesional, dando con esto un paso más en nuestro desarrollo personal si lo sabemos aprovechar.

En cuanto al contenido y el tema que se trataron es obvio que se volvieron a tocar algunas nociones que ya se tenían pero lo interesante aquí es que además se pudieron aplicar dando cuenta de qué tan importante es el conocimiento si quieres hacer algo y quieres ser alguien en la vida teniendo de antemano presentes ideas sentimientos y sensaciones, metas, que se han de convertir en el producto con todos sus detalles, de una actividad de comunicación (que ha de ser criticada para bien o para mal)

Ya que cualquier cosa que se haga o diga va a manifestar de algún modo parte de lo que somos o de lo que pretendemos, un interés impreso por medio de palabras, y hechos que terminan en un punto que es el de comunicar, que es justamente lo que hacemos en nuestro ir y venir cotidiano imprimiendo un toque personal en cada acto o frase que han de dejar huella en nuestro alrededor, tal es el caso de la propuesta Sensación de vivir

Entonces diremos que se ha logrado uno de los objetivos planteados que es

- Desarrollar la propuesta del programa de televisión Sensación de Vivir. Y dentro de este se han cumplido los otros objetivos los cuales son

- Hacer referencia de algunos pasos que se siguen en la realización de un programa de televisión, como producción, dirección y mensaje
- Elaborar el guión del programa propuesto
- Plantear un mensaje positivo para el programa

Es una función de los medios de comunicación brindar mensajes a quienes se mantienen pendientes de ellos, a través del llanto, la risa, el

suspenso, el conocimiento etc. pero Sensación de Vivir trató de vincular desde sus inicios las necesidades de los grupos sociales tales como ser escuchados en la forma de expresión que más les guste junto con el entretenimiento para ofrecer un mensaje que fomente el hacer programas con la misma línea y así extender propósitos en bien de la sociedad, y de toma de conciencia y hacer sentir que todos y a quien mas de que somos importantes y estamos vivos y hay que sentirlo y darlo a conocer, de la forma que se quiera y como se quiera.

Pero sin duda este trabajo también servirá como una opción más en la recopilación documental de la carrera de Periodismo y Comunicación y viable como fuente de información a los estudiantes de dicha profesión igualmente para quien busque ser cómplice en cuestiones que identifican nuestro diario caminar lleno de absurdos, en donde el vivir y el sentir de los espacios implícitos nos confirman el hecho de estar aquí

BIBLIOGRAFÍA

Ahumada Barajas Rafael
Elementos teóricos, metodológicos y técnicos de la planeación de Mensajes educativos para televisión
México, UNAM ENEP ARAGON 1994, 44 pp

Bernal Sahagún Víctor M
Anatomía de la Publicidad en México
Editorial Nuestro Tiempo S A

Cazeneuve, Jean
El hombre telespectador
Barcelona, G. GILI 1997, 151 pp.

Carrasco Núñez José Luis
APUNTES DE PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN
Selección de Lecturas 53 pp

Davalos Osorio Virginia
Antologías de la ENEP ARAGON
Régimen Legal de los Medios de Comunicación
Agosto 1988 225 pp

G. Richeri
La televisión Entre Servicio Público y Negocio
Editorial Gustavo Gili, Barcelona 1983, 92 pp

González Treviño Jorge
Televisión y Comunicación, un enfoque teórico práctico
México ALHAMBRA 1994, 280 PP.

González Treviño Jorge
Televisión teoría y práctica
México ALHAMBRA 1989 (3ª reimpresión). 167 pp

Mac Bride Sean y otros
Un solo mundo, voces múltiples
Ed FCE, México 1981

Quijada Soto Miguel Angel
La televisión Análisis y Práctica de la producción de programas
México Trillas 1986. 109 pp

Soler Llorenc
Televisión una metodología para su aprendizaje
Barcelona, G. GILI 1988, 187 pp.

Villa Miko
El director de televisión.
México, TRILLAS 1994, 241 pp.

Ley Federal de Radio y Televisión. 1960