



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS**  
**SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**

---

**“LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y LOS CONTENIDOS DE LA  
PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE ELITE CANAL 45 DE LA CIUDAD  
DE LATACUNGA”**

---

Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de Licenciada en  
Comunicación Social

**AUTORA:**

Linda Villacís Narváez

**TUTOR:**

Dr. Walter Viteri Torres Mg.

**Ambato – Ecuador**

2018

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

El Suscrito Dr. Walter Francisco Viteri Torres Mg. CERTIFICA:

Que la señorita **Linda Villacís Narváez** portadora de la **CC. 0503650186** habilitada para obtener el Título de Tercer Nivel; ha concluido su Trabajo de Titulación, Modalidad **PROYECTO DE INVESTIGACION**; sobre el Tema: **LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y LOS CONTENIDOS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE ELITE CANAL 45 DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**, previo a la obtención del título de Licenciada en Comunicación Social, por lo que en calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, certifico de la autenticidad del mencionado Trabajo, y de haberle orientado durante todo el proceso.

Ambato, 17 de Enero de 2018

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized 'W' and 'F' intertwined, with a horizontal line below it.

Dr. Walter Francisco Viteri Torres Mg

**Tutor de Trabajo de Titulación**

## AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación: **LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y LOS CONTENIDOS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE ELITE CANAL 45 DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad de la autora.

Ambato, 17 de Enero de 2018



Linda Villacís Narvárez

CC. 0503650186

**AUTORA**

## **DERECHOS DEL AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos en línea patrimoniales de mi tesis con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de ésta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 17 de Enero de 2018



Linda Villacis Narváez

CC. 0503650186

**AUTORA**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los Miembros del Tribunal de Grado **APRUEBAN** el Trabajo de Investigación sobre el tema **LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y LOS CONTENIDOS DE LA PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE ELITE CANAL 45 DE LA CIUDAD DE LATACUNGA** presentado por la Srta. Linda Villacis de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la U.T.A.

Ambato, .....2018

Para constancia firma:

.....  
Presidente

.....  
Miembro

.....  
Miembro

## **DEDICATORIA**

A mi hijo Nicolás le dedico cada una de las líneas escritas aquí, toda mi profesión será encaminada a construir su futuro, por ser mi fortaleza, mi motor de levantarme cada día, porque desde que estuvo en mi vientre no hay amor más grande que el que él ha removido en mí, también se la dedico a mi esposo Pablo por ser el pilar de nuestra familia y por apoyarme con paciencia y amor a lo largo de mi carrera, se las dedico a los dos amores de mi vida por permitirme ser la mujer que soy ahora por ellos.

*Linda Villacís*

## AGRADECIMIENTO

El llegar a obtener mi título ha sido realmente un verdadero sacrificio para mí, un sueño que lo veía muy lejano, porque más que una profesión, esto es mi pasión y quiero agradecer a quienes hicieron posible que hoy por hoy sea una realidad. Quiero empezar por agradecer a Dios quien me ha dado la guía para llegar hasta aquí, a mis padres quienes me han dado los empujones que he necesitado, pero en especial quiero agradecer a mi Mamita Clemen, quien ha sabido luchar con tanto esmero para sacarme adelante, como no agradecer a mis suegros, a mi cuñada, quienes han pasado al cuidado de mi tesoro más preciado mientras yo iba a estudiar, a mi hermana, sobrinos quienes han aportado con su amor para yo ponerle ganas día a día a mi carrera, a mis queridos profesores quienes con sus enseñanzas me han llenado de conocimiento y que más que mis maestros han sido mis amigos, alentándome siempre con palabras de apoyo, a mis compañeros y amigos con los cuales todos los días compartí las aulas y quienes hicieron mi estadía por la universidad una experiencia inolvidable, a mi Tía Elsitita quiero darle un profundo agradecimiento por ser mi segunda madre y darme la mano para yo continuar con mi carrera, a mi prima que es también una hermana para mí; por último y no menos importantes quiero agradecer a mi esposo Pablo y a la razón de mi vida mi hijo Nicolás, por el amor, la paciencia y por ser la inspiración para que yo concluya con esta etapa de mi vida que apenas empieza.

**Mil gracias a todos.**

*Linda Villacis*

## INDICE GENERAL

### CONTENIDO

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR .....	ii
AUTORÍA.....	iii
DERECHOS DEL AUTOR .....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
INDICE GENERAL.....	viii
INDICE DE TABLAS .....	xii
INDICE DE GRAFICOS .....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

#### PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Tema de Investigación .....	3
Planteamiento del problema.....	3
Contextualización.....	3
Árbol de problemas .....	7
Análisis crítico .....	8
Prognosis .....	8
Formulación del problema .....	9
Delimitación.....	9
JUSTIFICACIÓN .....	9
OBJETIVOS .....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos: .....	12



## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	13
FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	18
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	19
LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN: CAPÍTULO V, ARTÍCULO 102 establece: .....	19
CATEGORÍAS FUNDAMENTALES .....	21
Infraordinación conceptual de variables .....	22
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	24
Variable independiente: Producción Audiovisual.....	24
ANTECEDENTES.....	24
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL .....	26
ETAPAS DE PRODUCCIÓN .....	27
Pre-producción – planificación .....	27
RECURSOS Y DESAFÍOS DE PRODUCCIÓN.....	33
EQUIPOS DE PRODUCCIÓN .....	36
CONTENIDOS EXITOSOS .....	39
Calidad de Producción .....	40
ANTECEDENTES.....	41
Franjas horarias de formación.....	42
PARRILLA DE PROGRAMACIÓN .....	44
PROPUESTAS AUDIOVISUALES DE CONTENIDO.....	47
MEDIATIZAR LOS CONTENIDOS.....	48
HIPÓTESIS.....	51
SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES .....	51

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

ENFOQUE .....	52
MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	52
Investigación de campo:.....	53
Bibliográfica-documental.....	53

NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	53
MUESTRA PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO .....	54
Unidad de Análisis .....	54
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	55
Variable Independiente: Producción Audiovisual .....	55
Variable Dependiente: Contenidos de la parrillada de programación .....	57
TÉCNICA E INSTRUMENTOS .....	59
Entrevistas Semi-estructuradas .....	59
PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	61
PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	62

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	63
GUÍA DE ENTREVISTA FENOMENOLÓGICA TIPO 1.....	65
GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 2 .....	66
VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	78
Hipótesis General.....	78
Hipótesis Nula.....	79
VERIFICACIÓN CONCEPTUAL DE LA HIPÓTESIS .....	80
Entrevista semiestructurada Tipo 1 .....	80
Entrevista semiestructurada Tipo 1 .....	81
VERIFICACIÓN CONCEPTUAL DE LA HIPÓTESIS .....	82
Entrevista semiestructurada Tipo 2.....	82
VERIFICACIÓN CONCEPTUAL DE LA HIPÓTESIS .....	83
Entrevista semiestructurada Tipo 2.....	83

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

CONCLUSIONES .....	84
RECOMENDACIONES .....	85

## **CAPÍTULO VI PROPUESTA**

Tema:.....	87
DATOS INFORMATIVOS .....	87
Costo .....	88
ANTECEDENTE DE LA PROPUESTA .....	88
JUSTIFICACIÓN .....	89
OBJETIVOS .....	90
Objetivo general:.....	90
Objetivos específicos: .....	90
ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	91
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	92
RENOVACIÓN DE PRODUCTOS .....	92
EL GUION DE PRODUCCIÓN.....	93
Ficción y no ficción.....	94
Periodismo con Convicción .....	94
FORTALECIMIENTO DE IMAGEN CORPORATIVA .....	100
FAN PAGE “ÉLITE CANAL 45” .....	100
BIBLIOGRAFÍA .....	102
ANEXOS	
PAPER	

## INDICE DE CUADROS

### CONTENIDO

Cuadro No. 1: Guión Literario .....	28
Cuadro No. 2: Guión Técnico .....	29
Cuadro No. 3: Plan de Trabajo.....	31
Cuadro No. 4: Porcentaje de cobertura de Élite Canal 45.....	44
Cuadro No. 5: Parrilla de Programación de Lunes a Viernes de Elite Canal 45.....	45
Cuadro No. 6: Parrilla de Programación de Fines de Semana de Elite Canal 45 .....	46
Cuadro No. 7: Matriz de la Variable Independiente .....	55
Cuadro No. 8: Matriz de la Variable Dependiente.....	57
Cuadro No. 9: Plan de recolección de información .....	61
Cuadro No. 10 Guía de entrevista semiestructurada tipo1.....	65
Cuadro No. 11: Guía de entrevista semiestructurada tipo 2.....	66
Cuadro No. 12: Entrevista Semiestructurada Tipo1 .....	67
Cuadro No. 13: Entrevista semiestructurada Tipo 1 .....	72
Cuadro No. 14: Entrevista semiestructurada Tipo2 .....	75
Cuadro No. 15: Entrevista semiestructurada Tipo 2 .....	77
Cuadro No. 16: Verificación conceptual de la hipótesis.....	80
Cuadro No. 17: Verificación conceptual de la hipótesis.....	81
Cuadro No. 18: Verificación conceptual de la hipótesis.....	82
Cuadro No. 19: Verificación conceptual de la hipótesis.....	83
Cuadro No. 20: Requerimientos del programa .....	88
Cuadro No. 21: Modelo Operativo-Metodología-Plan de Acción.....	95
Cuadro No. 22: Administración .....	96
Cuadro No. 23: Modelo de programa audiovisual.....	97
Cuadro No. 24: Descripción del segmento “Viviendo en Cotopaxi”.....	98
Cuadro No. 25: Descripción del segmento “Leyendas sin respuestas” .....	99

## INDICE DE GRÁFICOS

### CONTENIDO

Gráfico No.1: Árbol de problema .....	7
Gráfico No.2: Subordinación conceptual de las variables .....	21
Gráfico No 3. Variable Independiente .....	22
Gráfico No. 4: Variable Dependiente.....	23
Gráfico No. 5: Actividades de producción audiovisual .....	27
Gráfico No. 6: Evolución de la facturación de la producción audiovisual en España (millones de euros).....	35
Gráfico No.7: Porcentaje que representa el cliente en ventas del sector .....	36
EQUIPOS DE PRODUCCIÓN .....	36
Gráfico No.8: Organigrama funcional de comparación de una Productora y Tv. ....	37
Gráfico No. 9: Clasificación de las franjas horarias .....	42
Gráfico No. 10: Logo de Élite canal 45 .....	44
Gráfico No. 11: Índice para diseñar proyectos audiovisuales.....	48
Gráfico No.12: Potenciar la mediatización del medio .....	49
Gráfico No.13: Página Web de GamaTV .....	50
Gráfico No.14: Fan Page de GamaTV .....	50
Gráfico No. 15: Creación de un fanpage.....	100
Gráfico No. 16: Fanpage de Elite canal 45 .....	101

## RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene por objetivo, determinar si la producción de contenidos en la parrilla de programación de Élite canal 45, se basa en un proceso íntegro de investigación y sí en realidad logra solventar las necesidades de las audiencias de la provincia de Cotopaxi.

Los contenidos de productos audiovisuales deben especializarse en informar, educar a la vez que entretengan al televidente, esta fusión de características conceptuales marcará si el medio de comunicación produce contenidos con calidad logrando responder a las cualidades de un periodismo de investigación especializados. La segmentación de audiencias para la producción de contenidos es primordial para esclarecer una parrilla original evitando reproducir contenidos enlatados sin contenido sectorial; si pensamos en una sociedad dinámica expuesta al cambio contante de facetas comunicacionales, como no vamos a pensar en un periodismo renovado en formatos y difusiones. Es por esto, que se convierte en fundamental estudiar el actual proceso de producción y contenidos de productos audiovisuales de medios televisivos locales, que están mimetizados por un formato convencional y que no logra suplir con las insuficiencias comunicacionales de audiencias quienes buscan contenidos nuevos y renovados.

**PALABRAS CLAVES:** Producción audiovisual, calidad de diseño, renovación de formatos, audiencias, parrilla de programación, pre-producción, post-producción, contenidos audiovisuales.

## ABSTRACT

The present investigation has for object to establish if the content on the programming guide for channel Elite's 45 is based in a whole process of investigation and if that content can solve the needs from the Cotopaxian audiences. The contents of the audiovisual products must specialize in to inform, to educate and to bring entertainment to the audience. This fusion of conceptual characteristics will set if the channel can or cannot produce high quality contents while it shows a specialized research journalism.

The segmentation of audiences for the production of contents is overriding to clarify an original viewer guide avoiding to play non sectorial content.

If we think in a dynamic society exposed at the constantly changing from communication, how we don't think in a renewed journalism in their formats as well as its diffusion

Is for that reason that is so important to study the present process of production and contents front audiovisual products from local TV media that are mimic for a conventional format that cannot supply with the communication insufficiencies of the audiences who are looking at new content.

**KEY WORDS:** audiovisual production, design quality, format renewal, audiences, programming guide, pre production, post production, audiovisual contents.

## INTRODUCCIÓN

La investigación sobre “La producción audiovisual y los contenidos de la parrilla de programación de Élite Canal 45 de ciudad de Latacunga”, busca identificar los factores de producción y difusión de los contenidos, si estos se centran el asuntos locales en base a una audiencia segmentada y previo a un análisis de contenidos se los realiza con el fin de evaluar la producción audiovisual nacional ¿En verdad los medios de producción audiovisual suplen las necesidades comunicativas de una audiencia dinámica? o ¿Seguimos produciendo y elaborando un periodismo convencional en una sociedad dinámica?, son varias preguntas que buscan respuesta y en este análisis lograremos determinar los resultados y las posibles soluciones para el problema de investigación presentado.

Se torna importante analizar los contenidos de producción de los medios y conocer si llegan a las audiencias adecuadas y en los tiempos necesarios con los contenidos indicados:

En el desarrollo de los capítulos se analiza el problema de investigación basado en un proceso de contenidos informativos, pues el estudiar los contenidos periodísticos no solo involucra al medio de comunicación, también involucra a los actores sociales como los periodistas, instituciones educativas encargadas de educar y formar profesionales competentes que suplan las necesidades de las audiencias

En el **capítulo I**, logra desglosar el problema central y los ejes de investigación, con el análisis crítico que determina los aspectos de crisis en la sociedad del problema, con la contextualización micro, meso y macro conocer si el problema tiene afectación en demás situaciones geográficas para determinar el alcance del problema, la planificación y objetivación es importante a la hora de ejecutar un proyecto de investigación.

**Capítulo II**, la parte teórica y de sustentación de este capítulo permite conocer el problema de investigación y analizar las variables de estudio en su máxima



representación teórica, investigar desde otras perspectivas filosóficas permite direccionar la investigación hacia las posibles soluciones.

**Capítulo III y IV**, engloban la parte metodológica de la investigación, mediante un análisis cualitativo y cuantitativo determinar los resultados de un método estadístico el sentir, pensar y conocimiento de los actores ejecutables de la investigación, mediante una proceso de investigación de encuestas semi-estructuradas podemos conocer y obtener los resultados para presentar las soluciones posibles que ayuden a disminuir el problema central.

**En el Capítulo V**, permite resultar y definir los ejes de acciones del proyecto de investigación; después del proceso de análisis de los resultados obtener las conclusiones que dan paso a unas recomendaciones que permitirán menguar el problema y transformarlo en un proceso de análisis de solución.

**Finalmente**, proponer una alternativa de solución para la producción de contenidos y renovación de formatos periodísticos en los medios de producción audiovisual nacional; pretender alternativas de solución para una problemática de carácter social-cultural.

**Línea de investigación:** Producción audiovisual

# **CAPÍTULO I**

## **PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### **Tema de Investigación**

La producción audiovisual y los contenidos de la parrilla de programación de Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga.

### **Planteamiento del problema**

La génesis de la investigación radica en ¿Cómo se están creando los contenidos de la parrilla de programación? ¿Responden a las necesidades de las audiencias? ¿Los profesionales están capacitados para hacerlo? ¿Preferimos una producción de calidad conformita o pretendemos reivindicar los formatos?

Es importante tomar en cuenta que, la producción de los productos audiovisuales deben estar enfocados en informar, formar y entretener y más aún en solventar las necesidades del espectador, si no cumplimos con estos importantes recursos de la producción, estamos perdiendo el tiempo, pues la producción audiovisual va más allá de imágenes en movimiento, los medios audiovisuales son la representación de la sociedad y es por esto que se vuelve fundamental en analizar su pre-producción, producción y post-producción.

Elite Canal 45 es una producción netamente nacional de la ciudad de Latacunga, los contenidos están producidos en base al accionar diario de los cotopaxenses, por lo tanto, es fundamental visualizar los contenidos desde una perspectiva constructivista.

### **Contextualización**

Al hablar de la producción audiovisual televisiva, es importante primero hablar del cine en América Latina. La cinematografía, según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, es la “captación y proyección sobre una pantalla de imágenes fotográficas en movimiento.”

Antes de que aparecieran las primeras representaciones realizadas con el cinematógrafo de los hermanos Lumière, existieron ciertas herramientas que presentaban la primera idea de tener imágenes en movimiento, que permitan exponer las representaciones culturales de cada sociedad en aquel entonces. Entre los años 1930 y 1945, se logra realizar el primer film hablado, producido por la Warner Brothers. (Montero, 2012).

Esta primera producción fue catalogada como todo un éxito, pues obtuvo grandes ingresos, aproximadamente tres millones y medio 10 de dólares causando la revolución del mercado cinematográfico. Fue entonces que todas las industrias cinematográficas decidieron iniciar con este proceso de producción y manejo de actores cinematográficos; esto significó el final del cine no hablado (mudo) para incursionar en el cine hablado que poco a poco dio paso a la producción audiovisual.

*“El cine hablado propiamente dicho no había nacido aún. The Jazz Singer, era un film mudo en el que se habían insertado algunos números hablados o cantados. El primer film ‘ciento por ciento’ hablado (para emplear el lenguaje de la época): Lights of New York, no fue producido hasta 1929...”* (Sadoul, 2004)

Sin embargo, el problema del idioma y el diverso lenguaje que se enfrenta, se proclamó como un freno reversibles para la creación rápida de producción hablada; pues el cine era ya, para ese entonces, una industria mundial y por lo tanto empezaría a enfocarse en los públicos que deben presentar las propuestas de producción. Por lo que, al iniciar con el cine hablado el idioma se presentó como primer obstáculo en las industrias, tanta fue la presión, que “En París se gritó: ¡En francés!, cuando se publicaron los primeros films norteamericanos hablados. En Londres se silbó al acento yanqui, entonces ridículo y casi incomprendible para el gran público británico.” (Sadoul, 2004)

Sin embargo, esos no fueron los únicos problemas que la producción cinematográfica enfrentó. El cine hablado se estaba promoviendo como una fiel copia del teatro en Broadway (Montero, 2012). Los ensayos de actores, ambientes y hasta producción se estaban propagando con mucha más demora que la propia grabación del film, y este cada vez se hacía más corto para evitar alargar los tiempos de producción. Además

los equipos técnicos de sonido, monitoreo, edición y producción eran relativamente grandes y pesados como para estarlos moviendo, por lo que la mayoría de películas debían desarrollarse en un solo escenario, recordemos que hablamos de varias décadas atrás.

En la génesis de la producción, se registraba el sonido e imágenes en films y producciones diferentes, por la baja tecnología. Mientras que tiempo después las bandas sonoras se separaron y se dividieron en tres: las palabras, música de acompañamiento y efectos sonoros, aunque en el proceso de edición se juntarían todos para presentar un solo film.

El proceso de producción audiovisual en el Ecuador, atraviesa por una gran trayectoria. La primera vez en proyectarse y presentar un producto audiovisual ecuatoriano fue el 7 de agosto de 1924 denominado ‘El Tesoro de Atahualpa’ y este fue dirigido por Augusto San Miguel, quién se convertiría en presentar el primer largometraje de origen ecuatoriano “Según la prensa de la época, el filme conjuga hábilmente la aventura, el drama y lo cómico. Por primera vez se filma la vida marginal del indio y se recupera la cultura andina.” (Universidad de Palermo, 2008) Al igual que en el resto de países, la incursión del cine hablado causó gran impacto en la industria cinematográfica ecuatoriana. Durante la década de los 30s, los espectáculos se interpretaban mediante canciones en vivo como un intento de producir entretenimiento a nivel internacional. Sin embargo, cuando se empieza a producir productos cinematográficos hablados en Ecuador, los resultados se parcializan y toman un tinte totalmente documental.

La mayoría de los productos audiovisuales se los trabajó con actores no profesionales y poco especializados, pues la falta de especialización era evidente en aquellas épocas; la mayoría de los programas estaban enfocados en presentar asuntos y problemáticas sociales contemporáneas y la mayoría de la producción se la hacía en lugares abiertos eligiendo los paisajes de nuestro país.

La producción audiovisual en el Ecuador, continuó avanzando y asemejándose a las producciones internacionales, es así, que en los años 70s, se prepararon una serie de

documentales y films revelando la política interna, debido a los mandantes y ejes políticos de aquel entonces, no existe registro alguno por la persecución política.

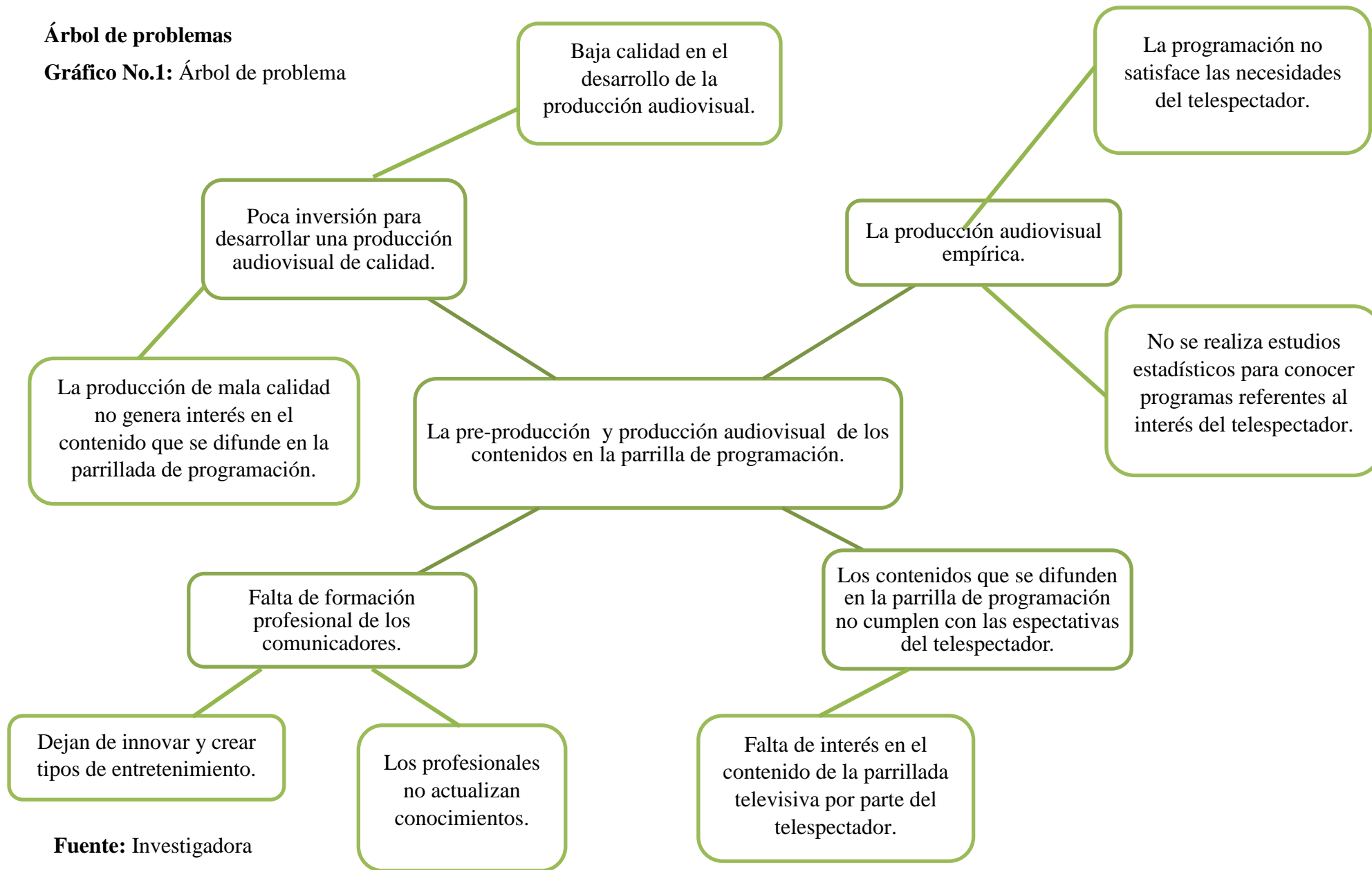
Ya en los años 80s cuando empezó la economía petrolera mercantilista, empezó el boom de las producciones sobre la explotación petrolera, documentales que revelan al descubrimiento territorial-político y por esas épocas se crea ASOCINE (Asociación Ecuatoriana de Cine), una organización que como objetivo, tiene apoyar la producción y ejecución nacional para así revivir y darle la importancia que merece la producción nacional.

Gracias a la producción ‘Ratas, Ratonos y Rateros’, dirigida por Sebastián Cordero en el año de 1999, la producción y difusión permitió el desarrollo de nuevos y mejores trabajos cinematográficos ecuatorianos y con el tiempo estos fueron mejorando en calidad y contenidos.

No obstante, el cine no has sido el único producto audiovisual desarrollado en Ecuador, la televisión como medio de comunicación priorizó los espacios de audiencia, a través de la realización de programas de todo tipo, magazines, reality shows, programas de comedia, telenovelas y algunos programas concurso y programas educativos infantiles, aunque estos no sean contenidos que permitan el desarrollo de nuestra sociedad. En el próximo capítulo se podrá encontrar la historia de la televisión ecuatoriana y una visión más clara acerca de los programas realizados por las productoras locales.

### Árbol de problemas

Gráfico No.1: Árbol de problema



Fuente: Investigadora

## **Análisis crítico**

Una de las principales causas por las que no existe una producción televisiva de calidad, es debido a la falta de interés en las Universidades por no incrementar en sus mallas curriculares, materias que especialicen a los estudiantes en esta carrera, esto también debido a la falta de recursos técnicos y económicos que faciliten el aprendizaje. Esto ocasiona que ya en la práctica profesional no existan profesionales altamente capacitados y por ende esto se ve reflejado en la mala producción televisiva y cinematográfica.

La falta de apoyo a la producción nacional, es otro de los factores que desencadenan que muchos profesionales se desanimen a realizar trabajos audiovisuales, pues muchos pueden tener las capacidades, pero al no contar con los recursos humanos y económicos, sus ideas se estancan y terminan por convertirse solo en escritos.

En la ciudad de Latacunga la producción audiovisual no es valorada, debido a la desvalorización que se le da, pues varios profesionales de la comunicación han realizado trabajos de baja calidad en cuanto a la pre producción y producción de los mismos, esto gracias a que los conocimientos en esta mención son escasos, y esto trae como consecuencia que las personas prefieran una producción extranjera causando desapego por producción Ecuatoriana; esto involucra varios factores decrecientes para la formación de productores audiovisuales ¿Cuál es su rol en una sociedad que no valora su trabajo?.

## **Prognosis**

La mala producción audiovisual en el Ecuador y con mayor relevancia en la ciudad de Latacunga, afecta directamente a los profesionales de la comunicación, debido a que las personas optan por la producción extranjera, generando falta de empleo y además las futuras generaciones perderán el interés por profesionalizarse en este ámbito, desvalorizando la carrera y más que esto perdiendo la fe en la producción ecuatoriana, sumiéndonos en una sociedad que privilegia lo extranjero.

## **Formulación del problema**

¿Los escasos conocimientos y especialización en producción audiovisual, genera contenidos tradicionalistas que no suplen las necesidades de los nuevos espectadores desvalorizando la producción ecuatoriana?

## **Interrogantes**

- ¿Cómo se realiza la producción audiovisual en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga?
- ¿Qué contenidos se difunden en la parrilla de programación en Elite Canal 45?
- ¿Cuál es perspectiva que tienen los productores audiovisuales de la producción de programas de televisión?
- ¿Existe alguna alternativa de solución al problema?

## **Delimitación**

### **Delimitación de contenidos**

**Campo:** Audiovisual

**Área:** Comunicación Social

**Delimitación espacial:** Ciudad de Latacunga

**Delimitación temporal:** Seis meses

## **JUSTIFICACIÓN**

El lugar central que ocupan los medios de comunicación en la vida de las personas y de manera especial en la vida de los jóvenes es incuestionable, sin embargo la producción nacional no es de la preferencia de los mismos, es por eso que la relevancia de este tema se torna altamente importante, primero vamos a analizar lo que es la producción audiovisual, la misma que se comprende como la realización de productos que mezclan dentro de su contenido audio y video, convirtiéndose en



idóneos para ser presentados en los medios de comunicación audiovisuales, es decir la televisión, el cine y el internet.

Según José Martínez Abadía, catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona, menciona:

*“Las obras audiovisuales son el producto resultante de la combinación de necesidades industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Tras ellas hay siempre una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo. A esta planificación se la conoce, en la industria cinematográfica y televisiva, con el nombre de producción.”*  
(Abadia, 1988, pág. 144)

Es importante recalcar que al realizar producción audiovisual se debe tomar en cuenta la planificación y la organización, pero es lamentable que los medios audiovisuales no involucren estos recursos al momento de difundir los contenidos de la parrilla de programación. Son tres factores determinantes para una producción de calidad: **capital, el medio y el trabajo**.

Es necesario que las industrias audiovisuales miren el costo de producción como un capital, que permitirá sobrellevar la difusión de la pre-producción, producción y post-producción de los contenidos en este caso de Elite, canal 45 de la ciudad de Latacunga, su rating es bastante amplio pues no existen más medios televisivos que contrarresten su producción, sin embargo, esto no les asegura su estadía permanente. Al igual que todos los medios de comunicación, en el campo de la producción audiovisual también intervienen factores de calidad, plazos y costos, los cuales se los debe cumplir en orden y calidad, pues el objetivo es satisfacer las necesidades de las audiencias y si los contenidos no lo hacen, no hablamos de una producción de calidad.

Hay que tomar en cuenta que, el costo de un programa de televisión es sumamente alto y su remuneración es muy corta y lenta, debido a todos los recursos que intervienen para su elaboración. Por lo tanto, la industria audiovisual no pretende asumir los gastos por el nivel de riesgo elevado, además, una de las características más importantes mantiene la producción audiovisual radica: es el interés cultural y

social y de esta manera a logrado perpetuar y tener una atención especial, a pesar de que en muchos formatos se los ha elaborado a base de copias de otros países cayendo en el extranjerismo, estos han resultado exitosos como: los reality shows, las telenovelas juveniles o los programa concurso, se han convertido en formatos exitosos alrededor del mundo. Pero también, por ese motivo, los canales de televisión únicamente se arriesgan a presentar programas que ya han tenido éxito en otros sitios, disminuyendo así la producción nacional y desestimulando la creatividad de productores, directores y guionistas que desean proponer nuevos formatos.

¿Qué es lo que está ocurriendo en el mercado audiovisual? ¿por qué no se realizan más programas educativos, cine y televisión que tengan el sello de Ecuador? Son preguntas que nos ponen a reflexionar sobre el accionar técnico-científico de las productoras nacionales y más aún de las instituciones educativas que se encargan en formar a los profesionales.

El tema que se ha escogido para realizar la investigación, pretende resolver las interrogantes que muchos profesionales de la comunicación pueden plantearse, pues al tener una producción nacional de baja calidad, las oportunidades de trabajar en esta mención bajan en su totalidad, pues lo poco que se logra obtener en la actualidad, es muy mal costeadado por quienes califican la producción ecuatoriana como de bajo contenido. Esto ocurre al no contar con los recursos tanto económicos, técnicos y humanos que eleven la particularidad de dichas producciones y eleve las oportunidades de crecimiento para los profesionales que deseen especializarse en dicha rama.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Determinar cómo se realiza la producción audiovisual y los contenidos que se difunden en la parrilla de programación en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga.

**Objetivos específicos:**

- Analizar la producción audiovisual en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga.
- Describir los contenidos posee la parrilla de programación en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga.
- Diseñar una alternativa de solución el problema

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

En este capítulo, se va a analizar los términos de pre-producción, producción y post-producción audiovisual, mirándola desde una perspectiva técnico-social, que involucra a los productores, espectadores y profesionales; con el objetivo de parcializar los roles y así permitir comprender porque exista tal dicotomía entre una escasa producción audiovisual por falta de contenidos y la escasa producción audiovisual por falta de recursos económicos.

#### **ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Es importante comprender los componentes y factores determinantes para la producción audiovisual; al respecto, el Productor Audiovisual y jefe del Departamento de Planificación de Radio y Televisión de la Universidad Internacional de Andalucía (Sevilla-España), **Juan Carlos del Valle Suárez Sevilla**, en el año 2005, publicó en la Revista Comunicar, un artículo denominado “La calidad de la producción audiovisual desde el análisis del valor” en el cual nos marca las pautas para hablar de una producción audiovisual de calidad y encontramos tres palabras claves, en las que menciona “Durante los últimos años las empresas se han aferrado a un concepto de Calidad que es meramente uno de sus componentes. En efecto, hay que distinguir entre la «Calidad de Objetivo» o «Calidad de Diseño» y la «Calidad de Conformidad” (Valle, 2005).

El autor menciona tres tipos de calidad en una producción audiovisual. Al hablar de la calidad de objetivo, es aquella producción que es apreciada por el cliente, ya que el paga un precio para mirarla, pues la referencia de contenido y producción es la que ha elegido, por lo que ésta satisface la necesidad del espectador; no obstante, la calidad de conformidad, contiene varios defectos en tanto a contenido, calidad y valor, este sector audiovisual no se esfuerza por brindar algo más allá de lo que siempre estuvo acostumbrado a elaborar, ya sea producción de realitys, producción de tele-revista, etc., siempre haciéndolo de forma asistemática, es decir no presta atención al contenido y menos a la realización.

Son sectores de producción que nos hacen reflexionar sobre la forma de ver la calidad de producción de un ángulo mercantilista y mas no desde un ángulo de contenidos que informe, eduque y entretenga a la audiencia, pues satisfacer las necesidades del espectador es la guía de un comunicador, pero ¿Qué hay en aquellas necesidades de las audiencias que se ven disfrazadas por una cultura monótona en la que prima el amarillismo y sensacionalismo? Siendo los únicos responsables, la misma producción que acostumbra a este tipo de contenidos, en lugar de proponer una producción de calidad en diseño, contenido y costo.

Al hablar de la producción audiovisual, se la debe visualizar como, la realización de productos y componentes tales como: el contenido, el audio y el video, estas tres plataformas al unirse se convierten en un medio de comunicación audiovisual y estos pueden ser la televisión, el cine o el internet.

Es importante recalcar que, por el hecho de tener que planificar y organizar la manera en la que los recursos serán utilizados, hablando del capital, el medio y el trabajo, se exige prolijidad y orden dentro de la producción audiovisual o multimedia. En realidad, el planteamiento productivo que se hace en una productora de televisión no se diferencia mucho a la de otras empresas. Al igual que todas, en el campo de la producción audiovisual también intervienen factores trascendentales de calidad, plazos y costos, que deben ser cumplidos en todo momento. Sin embargo, una inversión grande de dinero en esta industria, no significa que el producto final vaya a tener éxito.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta que los costos que implica una producción exitosa en: contenido, producción y calidad supera la inversión de productoras ecuatorianas, pero ¿Acaso es imposible realizar una producción audiovisual de calidad con poco presupuesto?

Es importante empezar a marcar una diferencia entre: lo costoso y lo necesario, a que nos referimos, pues bien, una buena producción audiovisual no sería nada sin la pre-producción, el guion y un excelente productor con ideales innovadores y frescos que supla las necesidades del telespectador que busca informarse, pero a la vez

entretenerse y ese es el propósito de un productor, periodista, comunicador “Satisfacer las necesidades de las audiencias”

No obstante, se encuentran más factores determinantes para hablar sobre la producción audiovisual y sus implicaciones en los espectadores, pues el punto de crisis también radica en la baja de audiencia ante la producción nacional. Los profesionales en comunicación audiovisual, **José Javier Marzal Felici**, **Jessica Izquierdo Castillo** y **Andreu Casero-Ripollés**, en su libro *La Crisis de la Televisión Pública y el cierre de RTVV cómo síntoma*, publicado en España, 2015, mencionan “La crisis económica del sector viene a coincidir con la revolución tecnológica, que está transformando la forma de producir” (José Javier Marzal Felici, 2015), el autor menciona un término crucial para la producción audiovisual *la revolución tecnológica*, es decir, vivimos en una época en la que las plataformas digitales y la producción digital, lidera la sintonía en el sector mercantil.

Las tecnologías digitales han abaratado los medios de producción, difusión y consumo; las plataformas multimedia permiten difundir contenidos en video, audio, escrito y demás formatos que inducen al consumidor a preferir este sector comunicacional y con esto genera el retroceso de la producción audiovisual, creándose una constante lucha entre medios por difusión y perdiendo el objetivo principal que es el consumidor, en otras palabras, se ha creado una disputa entre la producción tradicional y la producción digital, no es un mito que lo digital resulta más accesible, barato e interesante para el consumidor.

Marzar, Izquierdo y Casero, proponen una crisis de producción y que las redes de distribución audiovisual se encuentran limitadas, volvemos a hipótesis del problema, la limitación tanto técnica, económica y sobre todo de conocimiento, limita la pre-producción, producción y hasta la post producción en el caso de presentar contenidos audiovisuales, no se puede hablar de una buena calidad de diseño si seguimos pensando en una calidad conformista, aunque esto implique exagerados gastos.

La calidad de los contenidos que se emiten, se verá reflejados en la capacidad de audiencia que el medio audiovisual presente. Los autores acertadamente señalan tres

bloques claves en el proceso de producción, *crisis, gobernanza y responsabilidad ciudadana*, es inminente no hablar de una crisis de producción audiovisual, varios son los factores: económico, de contenido incluso de falta de profesionales especializados, pero también existe el factor determinante del interés, *la política* y es que es fundamental hablar de los intereses del medio debido a la gobernanza por los directivos, quiénes determinan la parrilla de programación a condiciones políticas y no a satisfacer las necesidades de los televidentes, y por último la responsabilidad ciudadana, entendiendo la responsabilidad como el acto de responder por alguien, en este caso el medio responde por la información que el televidente consume, la cual debería estar enfocada en el desarrollo y fortalecimiento de la cultura y más no en el retroceso informático, como es el caso de la producción de la calidad conformista que solo pretende vender sin importar el aporte social que brinda a su audiencia.

Al respecto, **María Gabriela Montero**, en julio de 2012, en la ciudad de Quito-Ecuador, para la Universidad Internacional del Ecuador, realizó un proyecto de Investigación denominado, Análisis sobre la Producción Audiovisual de Programas Infantiles en la Ciudad de Quito entre los años 2010 – 2011; Montero menciona sobre la conducta conceptual que la producción audiovisual crea en la audiencia “Los hábitos de los niños comenzaron a cambiar con la llegada de la televisión, los fines didácticos se incluyen en los programas de diferentes tipos y están encubiertos para evitar el rechazo del niño” (Montero, 2012)

La conducta sistémica de la sociedad se va formando y está claro que los medios de comunicación influyen grandemente en su comportamiento y cultura social; con la revolución de la industria audiovisual, el cine, la televisión el sector audiovisual en sí, logra captar la atención de la ciudadanía en referencia de los demás medios de comunicación convencionales y se puede decir que lo audiovisual es el sector más permanente y convirtiéndolo así en el responsable directo de los contenidos que difunden en la parrilla de programación y por lo tanto en la recepción de las audiencias, sino existen profesionales audiovisuales competentes ¿Qué tipo de contenidos estamos difundiendo en los medios?

Montero asegura que la sociedad es la representación de los medios de comunicación, es decir, los medios son responsables de la gran parte de la conducta conceptual de las audiencias y ahí es donde radica la importancia de tener medios de comunicación de calidad con contenidos informativos, ilustrativos y formadores.

La cinematografía y lo audiovisual es el medio que predomina y logra más alcance, pues las imágenes en movimiento captan más la atención y memoria del espectador, en otras palabras, los medios audiovisuales son la base de la formación conceptual de las audiencias en relación a los demás medios de comunicación pero, ¿Qué esperamos entonces, si continuamos formando contenidos de calidad conformista?, es importante reivindicar, y desarrollar los formatos y pensar en desarrollar la manera de crear y difundir los contenidos de las parrillas de programación de los medios audiovisuales.

Finalmente, **Charo Gutiérrez Gea**, en su artículo denominado “Televisión y calidad, Perspectivas de investigación y criterios de evaluación”, publicado en la Revista de estudios de Comunicación, en el año 2000, Barcelona, presenta un análisis sobre los recursos, formatos y elementos más importantes sobre la producción audiovisual plasmados en la televisión y las metodologías aplicadas para resolver la problemática de *la calidad en la televisión*, desde una perspectiva globalizada tomando en cuenta escenas de evaluación y reflexión de criterios, para así, plantear el concepto de producción audiovisual tradicionalista.

“Vincula la calidad de la televisión con la capacidad que puede tener una programación de televisión para ofrecer al telespectador productos, fascinantes y profundizadores” (Gea, 2000), es tan sutil la forma en la que Gutiérrez llama a la calidad de las productoras, como la relación de calidad-capacidad de ofrecer, es decir la calidad de un medio audiovisual se media en la capacidad con la que presenta productos audiovisuales y cinematográficos fascinantes (interesantes) y profundizadores, es decir, contenidos con contenido, pues la importancia de una producción de calidad es crear un efecto en el espectador, lograr abrir nuevos caminos, ideologías y hasta mentes, pues esta es la capacidad indiscutible de la



televisión crear y desarrollar la imaginación desde un trabajo en conjunto entre: imágenes en movimiento y audio.

La calidad o la capacidad de la televisión, no son términos cuantitativos que se los puede calificar mediante el valor, pero se puede partir desde los principios, creencias e incluso desde la cultura mirándola con un término diversificado; en la actualidad dar el valor a la calidad se ha convertido en un debate internacional, pues la dificultad aparece cuando tratamos de delimitar este concepto, podemos discernir tres ámbitos: primero la opinión ciudadana, la clarificación en el sector público y finalmente la ideología que tenemos por calidad, como sabemos, todos estos términos son invaluableles tomando en cuenta que la comunicación es subjetiva, variable y cambiante, sin embargo, debemos relacionar que la calidad va de la mano con la opinión ciudadana, es decir, nuestros espectadores son quienes dan el veredicto de contenidos de calidad, pero ¿Qué ocurre cuando esta audiencia viene de una sociedad cambiante y dinámica, acaso sus conceptos de producción no variarán? Y esto supone que la producción también debe adaptarse a estos cambios para ir en pos de la sociedad.

## **FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Según Martínez (1997), la producción audiovisual es aquella producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales, especialmente cine y televisión, independientemente del soporte utilizado y del género. En relación con la creación audiovisual, la producción audiovisual es el resultado de la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales, artísticas o de entretenimiento.

Tras de todas estas necesidades, está el factor importante que es lo económico, una inversión de capital, una mezcla de trabajo, recursos técnicos, humanos y una serie de estrategias para que esta se realice. A esta planificación se la conoce filosóficamente tanto en el mundo de industria televisiva, como de la industria cinematográfica, como producción audiovisual.

## **FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

El artículo 97 de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador (LOC) señala que los medios de comunicación audiovisual de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria a la difusión de contenidos de producción nacional; y según el artículo 60 de la misma ley los contenidos deberán clasificarse en informativos, de opinión, culturales, entretenimiento, deportivos; y, publicitarios.

Vivimos en un país en el que, la calidad de la producción audiovisual no tiene mucha importancia, lo que realmente prima es la producción de ficción. Actualmente la Ley Orgánica de Comunicación, Registro Oficial suplemento No.22 (2013), exige a las productoras acatar ciertas disposiciones para efectuar la producción nacional.

### **LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN: CAPÍTULO V, ARTÍCULO 102 establece:**

Art. 102.- Espacio para la producción audiovisual nacional.- Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 40% de su programación diaria en el horario apto para todo público (06h00-18h00), a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio. La difusión de contenidos de producción nacional que no puedan ser transmitidos en horario apto para todo público será imputable a la cuota de pantalla que deben cumplir los medios de comunicación audiovisual. Para el cómputo del porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente se exceptuará el tiempo dedicado a publicidad o servicios de televenta. La cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional. (Comunicación, 2013)

Sin embargo los datos de horas exhibidas en la televisión privada ecuatoriana en 2012, publicados por CIESPAL, muestran que el 57% corresponde a entretenimiento y 19,5% a información, es decir 3/4 partes de la programación están copadas por dos

géneros; la cultura, los programas de opinión, el deporte y la publicidad ocupan menos del 25% de la oferta televisiva en 2012.

Las funciones clásicas de la televisión: educar, formar y entretener, están lejos de ser realidad, es necesario procurar equilibrio en la producción y emisión de contenidos porque hoy existen más programas de ficción y entretenimiento, lo que implica desaprovechar el potencial del medio para emitir información de salud, educación y en general acercar a la comunidad a una mejor calidad de vida.

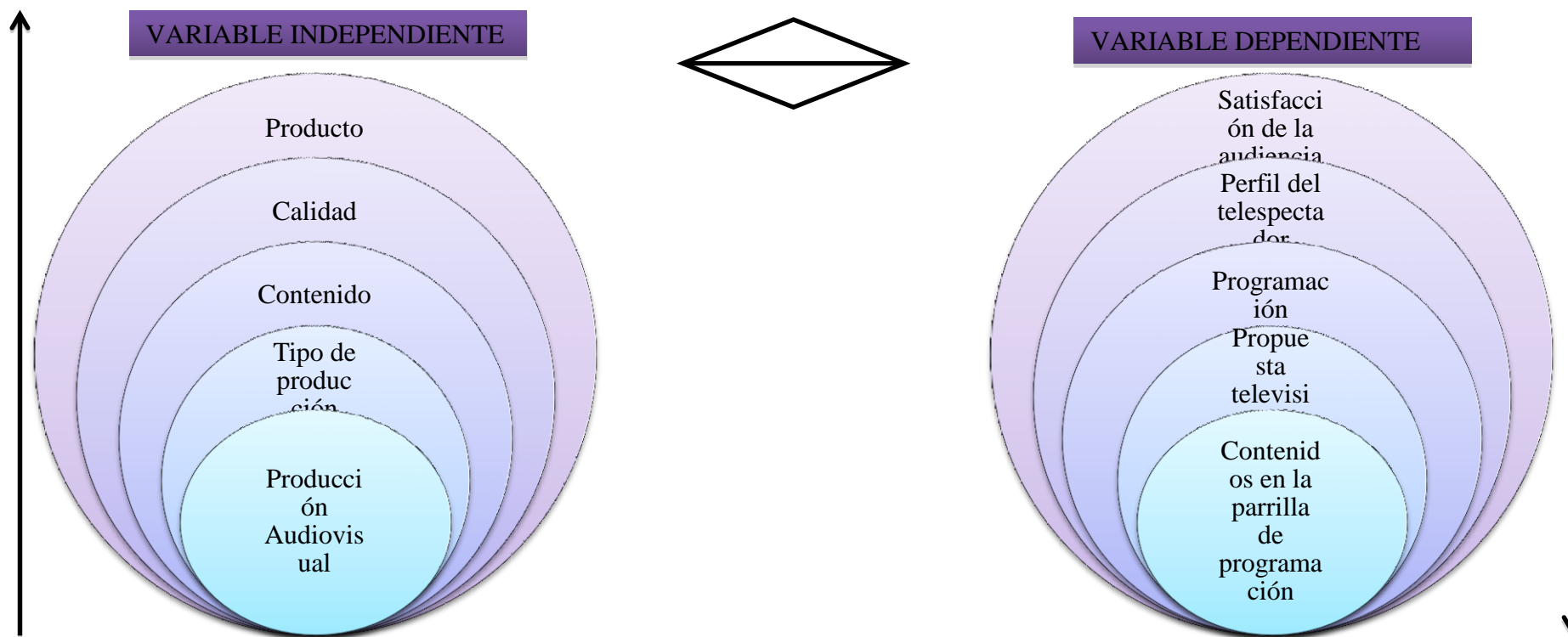
La ficción de origen ecuatoriano: telenovelas, miniseries, largometrajes y otros, en los últimos tres años según el mismo CIESPAL, suman en promedio 8,5% del total de horas exhibidas en la televisión comercial, Ecuador depende en gran medida de contenidos foráneos para armar sus parrillas de programación.

¿Podemos hablar de una televisión ecuatoriana cuando un alto porcentaje de contenidos son producciones internacionales? Para alcanzar el 60% de contenidos nacionales que manda la LOC deberán desarrollarse con más fuerza las políticas públicas de fomento a la producción audiovisual nacional e independiente; ya existen llamados, convocatorias desde el Ministerio de Cultura y Consejo Nacional de Cine, esperemos que esto anime a los realizadores, particularmente a los jóvenes para generar una identidad audiovisual.

Aunque existen voces discrepantes, que ven la norma como un riesgo ya que en la práctica las estaciones de televisión estarán preocupadas por cumplir las cuotas a riesgo de la calidad, es una oportunidad para hacer, pensar, proponer y configurar un espacio de producción nacional, dependerá de la misma comunidad prepararse para recibir y orientar una televisión diferente que esté próxima a sus necesidades.

## CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

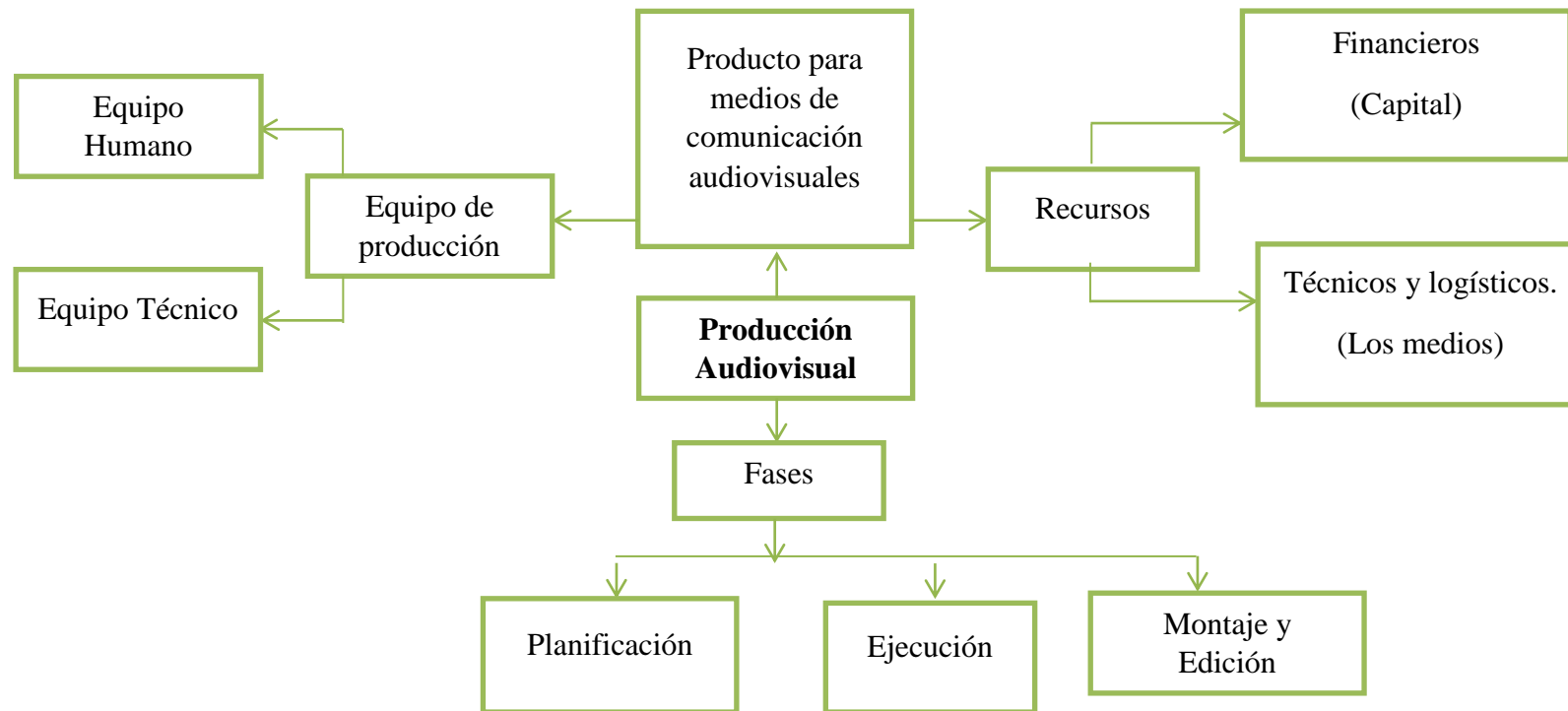
Gráfico No.2: Subordinación conceptual de las variables



Fuente: Investigadora

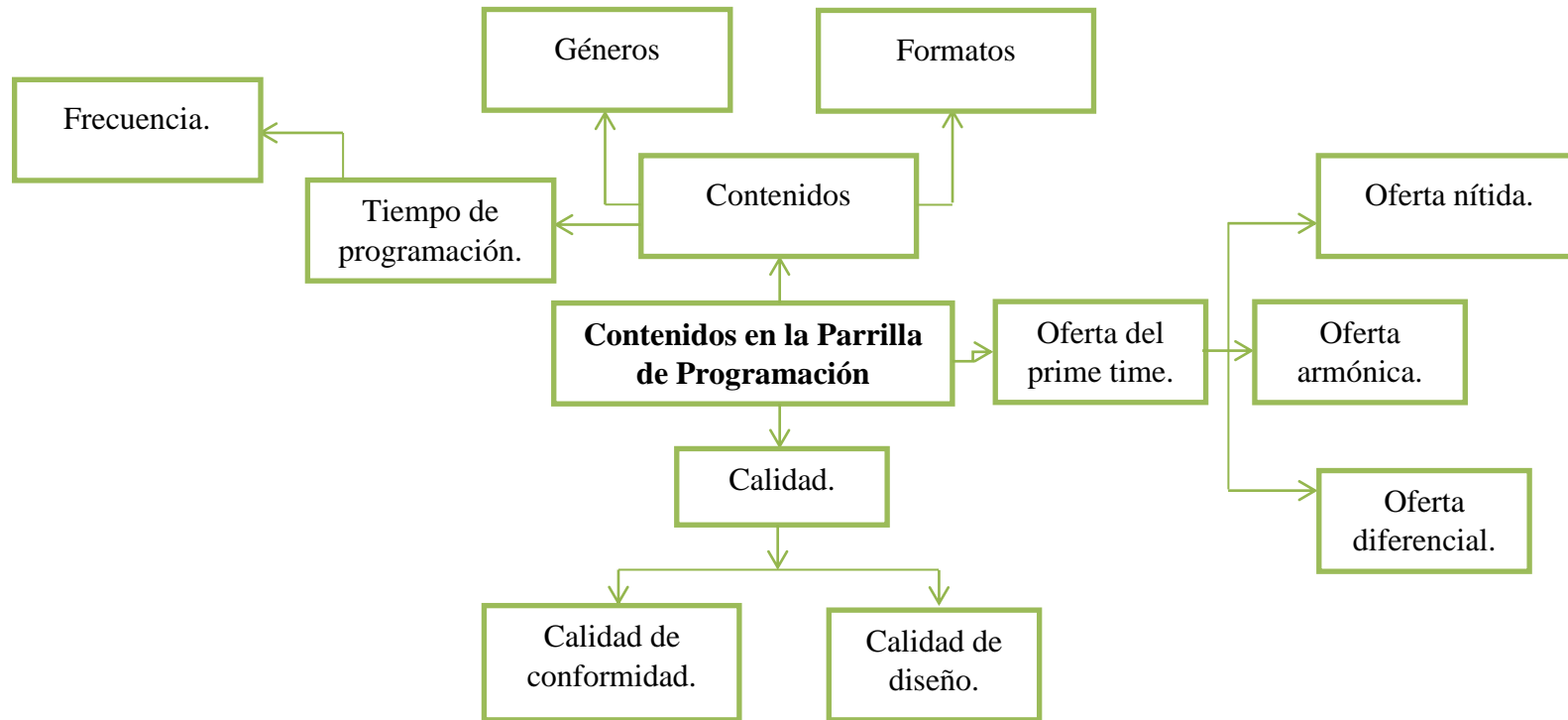
**Infraordinación conceptual de variables**

**Gráfico No 3.** Variable Independiente



**Fuente:** Investigadora

**Gráfico No. 4:** Variable Dependiente



**Fuente:** Investigadora

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### Variable independiente: Producción Audiovisual

#### ANTECEDENTES

La diversidad, se la puede clasificar como un elemento de la calidad televisiva, pues ha sido uno de los conceptos claves más relacionados a la televisión del sector público. Para esto las funciones específicas de las instituciones públicas, es reflejar la diversidad de la opinión pública adherida a la sociedad global, la misma que ofrece como fuente de información, un concepto de pluralidad y diversidad y así la parrilla de programación basada en el concepto de diversidad que permita satisfacer las necesidades de los telespectadores y más allá, satisfacer la necesidad del medio.

El sistema de producción está directamente diseñado para promover calidad que permita responder a las necesidades de los diversos espectadores “*La producción de una mercancía, en este caso de naturaleza cultural, precisa de un comprador, ya que una nómina relativamente amplia de productoras busca vender su producto a un grupo reducido de posibles compradores, los canales de televisión*” (Fernández-Quijada, 2010), el analista español Quijada, mira la producción audiovisual desde un ángulo mercantilista pues busca vender un producto a un mercado, llamándolo mercado cultural a una audiencia que paga por comprar un productor de calidad en tiempo real.

Desde el año 2010, la televisión nacional se ha visto sacudida por las nuevas reformas a la Ley Orgánica de Comunicación (Ruiz, 2015), también se suman las instituciones que promueven la producción nacional y así permitir espacios de liberación de la opinión pública ecuatoriana, para así, darle un tinte diverso y homogéneo.

Gracias a este panorama un poco alentador, podemos aprovechar y adaptarnos a los cambios que favorezcan a fortalecer la producción nacional y así recobrar el interés de calidad cultura y calidad de éxito.

Si bien es cierto, la televisión ha sido diseñada para promover y desarrollar la calidad a pesar de que esta tenga diferentes criterios, pues las tendencias homogeneizan la competencia y la internacionalización de la producción, es decir, la producción nacional se ve inducida por producción internacional, pues ésta, ofrece una gran variedad de mensajes y programas.

El costo de producción y difusión del sistema televisivo, se los puede apreciar en los servicios informativos de la programación: noticias, actualidad, documentales, ya que esto representa el 40% del total de la parrilla de programación

La libertad de expresión, se convierte en un elemento básico si hablamos de democracia y si existiera alguna limitación de ésta debe y tiene que estar justificada (Laplacette, 2009). La política de programación en televisión es sensible y se debe tomar en cuenta los factores en la vida social que no se puede pensar que una posible solución es la censura; el control no se lo puede ejercer de una autoridad externa sino los responsables de la programación.

Un producto audiovisual, en especial de televisión, tiene por filosofía y política mostrar a los espectadores la realidad virtual del mundo si evita hacerlo presentará una imagen falsa del mismo, pues una programación que no intente analizar a la sociedad y sus implicaciones, pues ser considerada como una programación incompetente y así representarse en la calidad del mismo, tomando en cuenta, sus antecedentes.

En cuanto a la calidad audiovisual pública, varía de acuerdo a las cadenas de televisión y depende proporcionalmente de factores diversos, ya sean de relevancia pública o comercial del medio. En las producciones nacionales, la calidad se la vincula con el significado de mercadeo, pues el valor de la calidad de los programas de la televisión de servicio público, estaba concebido como un elemento o recurso un tanto de experiencia social y riqueza social.



## PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

La producción audiovisual, se define como un proceso completo de creación de un contenido audiovisual y este depende del: producto audiovisual, la duración y la preparación, para clasificarse en sus distintos formatos, tanto en cine como vídeo, el proceso de producción contiene las mismas etapas: pre-producción, producción y post-producción (Abellán, 2017)

“El proceso de producción audiovisual se establece la grabación del suceso de acuerdo con la planificación mencionada en la pre producción. En esta etapa están presentes los directores del proyecto con un asistente o varios, dependiendo la magnitud del video, en planteamientos sumamente sencillos, en la producción se graba el audio y video que se planificó” (Jiménez, 2015)

Este proceso de producción, parte de la pre-producción, encargada de la planificación, dirección, investigación y sistematización del *plan de trabajo*, mediante la elaboración de un *guion técnico* que va a ser ejecutado en el producto; la producción es la ejecución y puesta en escena del filme y finalmente tenemos la post-producción, enfatiza el proceso de edición y codificación de contenidos que representan el accionar técnico-administrativo del medio

El lenguaje audiovisual, permite la expresión de los canales visuales: visual, textual, gráfico, musical e incluso el cultural-artístico, consecuentemente, influye en los modelos de recepción a nivel racional, emotivo, estético y afectivo, pues la televisión es el medio con más poder persuasivo-emocional en el televidente y con riqueza comunicativa en relación a otros medios.

El proceso de la información en un medio audiovisual, está sujeta al paralelismo del funcionamiento del cerebro humano y el de las computadoras (Carmona, 2010), es decir, la información sujeta a producción y difusión, debe ser pensada en base a la persuasión humana, aquella que está directamente proporcionada con historias de interés humano e impacto social, pues si la realizamos pensado en una edición sistémica no logrará el impacto deseado y esto es lo que sucede por lo regular en las productoras nacionales, el contenido está graficado de manera mercantilista y no

social, pero, ¿Cómo crear contenidos de historias con interés humano y a la vez lograr informar?

**Gráfico No. 5:** Actividades de producción audiovisual



**Fuente:** (Estudio de Sectores Emergentes, Producción Audiovisual, 2007)

Podemos definir la producción audiovisual, como el proceso artístico-informático que genera productos con: audio, imágenes en movimiento y contenidos sensoriales; con el objetivo de persuadir al espectador y lograr mantener la correlación entre medio-audiencia.

## **ETAPAS DE PRODUCCIÓN**

El proceso de producción se lo determina por el tipo de producto audiovisual a presentarse en el medio; los factores determinantes son: el contenido, la duración, el medio y la inversión recibida por las industrias de producción que categorizan los medios nacionales como modelos mercantiles de información.

Para iniciar con un proceso de producción es fundamental, elaborar un plan de trabajo eje, que permita sustentar los contenidos y parámetros, pero sobre todo, la categoría que se le va atribuir el contenido (Media Productora Audiovisual, 2017).

### **Pre-producción – planificación**

La pre<sup>1</sup>, es la primera parte del proceso de producción audiovisual que comprende el momento de la génesis de la idea y se la plasma en el *guion técnico*; en el que tiene

por objetivo, seleccionar los lugares para llevar a cabo la grabación, se requiere la contratación del equipo técnico, artístico, de edición, vestuario en el caso de una producción cinematográfica, pues los personajes son elegidos minuciosamente ejecutar el ruedo del video.

Si buscamos realizar una producción cinematográfica, es importante elaborar el guion literario y el guion técnico, pues serán la génesis de la producción y permitirán sistematizar la información.

Al escribir un guion literario siempre, se tendrá la certeza de predecir en cierta forma las actuaciones de cada personaje, por lo que su estructura, forma y escrito, le da vida, brillo y ritmo a la producción (Borghi, 2013):

**Cuadro No. 1: Guion Literario**

PERSONAJE	DESCRIPCIÓN	PUNTO DE VISTA
1		
2		
1		
2		
3		

**Fuente:** Investigadora

Un guion literario, no es más que, un documento que describe la narración en contenido que va a presentarse en el filme, en el cual, se especifican claramente las acciones de los personales en base a unos diálogos previos, la información describe también el número y orden de los participantes, los escenarios y acotaciones finales que los personajes puedan realizar durante la grabación, las historias que se van a narrar en el guion literario básicamente describen de manera audible y visible el producto final, pero sin dar especificaciones técnicas de planos, movimientos, etc., solo se centra en la información textual del producto.

Tipografía.- Las podemos elegir entre miles de opciones dictadas por las PCs de edición, aun así siempre es importante realizarlo de manera estándar para clarificar la información total.

Descripción.- Cada ítem permite, describir la película en imagen y movimiento, reduce rápidamente la duración de guion, pues ayuda a delimitar el contenido y explicar acciones de los personajes.

**Cuadro No. 2: Guion Técnico**

		IMAGEN			AUDIO	
Nº PLANO	TIEMPO	DESCRIPCIÓN	PLANO	PUNTO DE VISTA	EFFECTOS	¿QUÉ Y CÓMO SE OIRÁ?
1						
2						
3						
4						
5						

**Fuente:** Investigadora

Un guión técnico, es la transcripción de los planos, ángulos de cámara, texto a utilizarse en las escenas que fueron descritas en un guión literario, el objetivo fundamental del guión técnico es organizar los parámetros audiovisuales que se los va a realizar en el video, el caso de la televisión el guión puede ya estar determinado por cada segmento televisivo.

Es importante describir la funcionalidad específica del *guion técnico*, sabiendo que cada especificación está directamente proporcionada la una de la otra:

Tiempo.- Se especifica de 2 segundos a 4 segundos cada movimiento angular de la cámara, pues el objetivo es clasificar las tomas para evitar repeticiones, siempre tomando en cuenta al guión literario.

Descripción.- Básicamente es la información distribuida y obtenida del guion literario, el pequeño extracto de información en correlación con el tiempo.

Plano.- Es el fragmento de la película, el cual está comprendido entre (encuadre más la toma), existe una clasificación variada de planos que permitirán variar la presentación, en ellos se puede determinar la importancia del espacio, del tiempo e incluso de las emociones, sensaciones y establecer las inatenciones de los personajes basados en los detalles.

Punto de vista.- Permite definir la intencionalidad del productor en cuanto a los ángulos de cámara los puede hacer en: picado, contrapicado, normal o inclinado, pues son detalles que permiten generar perspectivas de los actores en escena.

Edición.- En el proceso de producción nos ayuda a conocer el efecto de video que deseamos agregar a la película, los efectos son monitorizados de una computadora instalada para la edición, lo importante, es tener claro cuáles van a ser los detalles audiovisuales a utilizarse después.

¿Qué y cómo se oiría?.- Este paso final es elección del productor, básicamente, buscamos conocer un previo producto final que nos ayude a conocer el resultado en base al audio deseado, es decir, si lo vamos agregar efectos de sonido como ráfagas, golpes, etc.

Para la pre-producción, es fundamental delimitar los lugares, escenarios y ambientes que se van a determinar en caso de realizar un filme, mientras que, en las productoras de televisión los escenarios son los mismos pues eso permite crear un sentimiento de pertenencia con el espectador, es decir, con la repetición de escenarios y ambientes, causar comodidad y calidad.

Finalmente, en este proceso de planificación finaliza con el *plan de trabajo*, el cual, programa las actividades semestralmente o mensualmente y así permitir ajustarse a las previsiones del equipo de grabación:

Plan de trabajo.- Permite definir las acciones a ejecutarse en una plazo mínimo de seis meses, con el objetivo de planificar las actividades por tiempos y desglosar la duración del proyecto, comienzo y final de cada actividad.

**Cuadro No. 3:** Plan de Trabajo

Id.	Nombre de tarea	Comienzo	Fin	Duración	Aug 2007		Sep 2007			Oct 2007				Nov 2007				
					18/8	26/8	2/9	9/9	16/9	23/9	30/9	7/10	14/10	21/10	28/10	4/11		
1	Informarse	8/20/2007	8/31/2007	10d	■													
2	Planificar/Elaborar propuesta del proyecto	9/3/2007	9/7/2007	5d	■													
3	Comprar/Adquirir tarjeta de radioTV	9/5/2007	9/5/2007	1d	■													
4	Adquirir/Fijar PC de trabajo e instalarle Linux/Debian Etch	9/10/2007	9/10/2007	1d	■													
5	Insertar tarjeta al PCI slot y comprobar reconocimiento de esta por el sistema	9/11/2007	9/11/2007	1d	■													
6	Configuración de paquetes ALSA y pruebas a la tarjeta de sonido	9/13/2007	9/13/2007	1d	■													
7	Instalar tvtime o Video4Linux	9/25/2007	9/25/2007	1d	■													
8	Descarga e instalación de controladores para tarjeta de radioTV	10/1/2007	10/4/2007	4d	■													
9	Programar funcionamiento del control remoto	10/15/2007	10/17/2007	3d	■													
10	Realizar pruebas de funcionamiento	10/22/2007	10/24/2007	3d	■													
11	Desarrollo de script para automatizar radioTV al encender el equipo	11/1/2007	11/16/2007	12d	■													

**Fuente:** (Milton Arévalo, 2007)

## Producción

Después de obtener, el guión técnico y el plan de rodaje o plan de trabajo, podemos iniciar con la etapa de producción que es la ejecución del proyecto:

El proceso de recopilación de todos los elementos, tanto auditivos como visuales, los cuales participarán en el filme, en el cual se pueden incluir los registros de entrevistas, contextos (detalles que determinan la información añadita del video) y finalmente, una búsqueda de materiales que complementan las *plataformas multimedia*<sup>2</sup> (banco fotográfico).

Se concreta la realización y ejecución del plan de trabajo y de los pautado en el guión técnico, una producción exitosa es el resultado de una adecuada y manejable planificación previa (Jaunarena, 2005), el equipo de producción pondrá en marcha las actividades planificadas, este equipo puede variar, si es para noticiero: la cobertura de noticias en exteriores o móviles transmitidas en directo, están integradas por dos o cuatro personas referentes, pero si se pretende realizar un film el número de integrantes puede triplicarse.

La etapa de producción puede ser claramente definida como la etapa de rodaje, la cual engloba la grabación o la filmación del proyecto audiovisual, unificando el personaje humano con los recursos técnicos que permitan capturar las imágenes y sonidos que enriquecerán y así darle forma y sentido a la producción audiovisual que se prevé presentar. En este proceso nunca debe faltar el director, como pieza fundamental para la realización del film.

Es principalmente la comprobación de lo definido en la pre-producción, a la vez de incorporar elementos multimedia adicionales que puedan enriquecer la producción; en producción periodística es muy común utilizar las grabaciones en “directo” pues permiten dar más veracidad y realidad a la presentación de las noticias, en lo que el equipo de grabación controla la producción y se preparan para entrevistar y desarrollar las serie de preguntas según lo establecido del guion, para así, presentar una cobertura periodística.

El rol del Productor general se centra en la coordinación del equipo técnicos, locación, ambientes; pero también existe la dirección y coordinación de una Coordinador del equipo, quien es el encargado de mantener una y procurar la buena realización del trabajo y con la ayuda del director, preservan y fortalecen el trabajo en equipo de una buena producción audiovisual.

Lo escrito en el guion técnico se convierte en imágenes en movimientos producidas y sonidos elaborados, es el momento del contacto con las personas entrevistadas o los actores investigados y cada elemento se va a registrar para el proceso final de post-producción.

## **Post-producción**

Se compone como el proceso final visionario de la producción audiovisual y del material grabado, fondo de archivo para la edición y elaboración final de la edición del material audiovisual, con el objetivo de optimizar los recursos tiempos, calidad en la edición de imagen y sonido (Jaunarena, 2005), la etapa de proceso final decide el orden definitivo de duración de planos, proceso de sonorización, visual y los efectos de edición especial.

El rodaje permite analizar y descomponer la realidad y la vitalidad de los planos, ángulos de cámara y finalmente rearmar los componentes audiovisuales, construir la relación directa entre el sonido y las imágenes entre los planos y encuadres, que sean capaces de captar la atención completa del espectador y lograr una producción audiovisual de calidad.

El proceso de edición se conjuga con la operacionalización del material grabado, archivo recabado y así, obtener la definitiva y final realización audiovisual, la forma y formato de orden en los planos, ritmo y sonorización. La estructura narrativa se entrelaza con las transiciones y efectos de video, parcialmente con los de audio hasta conjugar el resultado esperado; el reflejo audiovisual proviene del material y archivos rodados que fueron sometidos a los procesos de corrección y edición.

## **RECURSOS Y DESAFÍOS DE PRODUCCIÓN**

El sector de la producción audiovisual, se lo considera como un macro sector complejo que enfatiza la producción de diversas actividades visuales para un mercado diverso de producción de contenidos con una orientación: cultural, artística y conceptual de la comunicación audiovisual, que enmarca facetas de competencia, tecnología y servicio social, es decir, la producción netamente visual está relacionada al servicio mercantil dirigida por medios de producción y comunicación, en la que la incidencia está protegida por derechos.



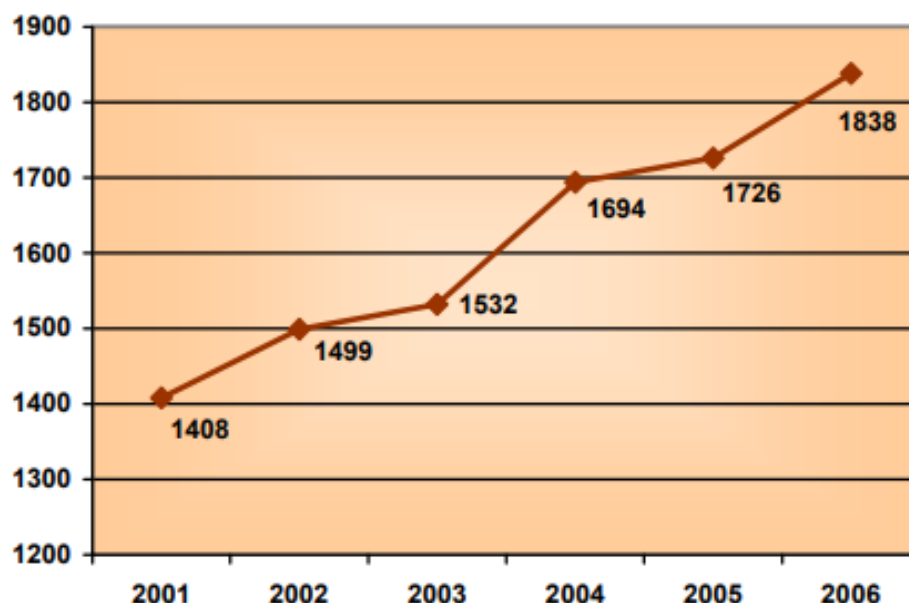
Los recursos económicos invertidos en los procesos de producción audiovisual crecen de manera espontánea, la rentabilidad no decrece, aunque la calidad de producción baja, entre el 2001 y 2006 la inversión en la industria audiovisual era referente óptima, pues en los países europeos la gama fílmica y de producción noticiosa tomaba el control claramente en los medios de producción, el superávit de producción audiovisual relativamente bajo, esto supone una facilidad de inversión en las productoras audiovisuales, dando oportunidad a mejorar la calidad del servicio, producción y manejo del rodajes, pero, ¿Qué ha ocurrido 10 años después?

*El consumo de videos online ya representa el 50% del tráfico móvil a nivel global. Es más, se prevé que el consumo de vídeo acapare el 60% del tráfico de datos en 2017, elevándose hasta el 80% dentro de cinco años. (Espinel, 2016)*

Tenemos las buenas nuevas para los medios de producción audiovisual, las industrias cinematográficas audiovisuales siguen creciendo con el paso del tiempo, el tráfico de datos y recursos aumenta referencialmente gracias a la producción digital (Espinel, 2016), el consumo de material audiovisual agiliza los procesos de comunicación, por lo que, varia la mercadotécnica audiovisual y mejora los canales de producción.

En los últimos años el consumo de productos audiovisuales se disparó por el uso masivo de las redes sociales “*Snapchat registra más de 10,000 millones de reproducciones de videos cada día, Facebook alrededor de 8,000 millones y YouTube 4,000*” (Espinel, 2016), es decir, día a día se estas tres plataformas audiovisuales se transmiten más de 20 millones de videos con un número similar de espectadores. Los medios tradicionales, desempeñan papeles de desarrollo e influencia en los espectadores y mercados sociales-económicos (Estudio de Sectores Emergentes, Producción Audiovisual, 2007):

**Gráfico No. 6:** Evolución de la facturación de la producción audiovisual en España (millones de euros)



**Fuente:** (Estudio de Sectores Emergentes, Producción Audiovisual, 2007)

Hablando de las industrias y empresas, más del 72% de las empresas registran sus inversiones en espacios publicitarios de TV y con una visión digital. Ana Bager, vicepresidente de Mobile & Video de IAB, mencionó recientemente: “Aunque la TV sigue siendo el medio que más atrae a los anunciantes, dos tercios planean invertir en video digital en 2017”, para entenderlo, los procesos de producción funcionan y se expanden, pero ¿Funcionan aún los mismos medios de difusión?

Los usuarios optan por productos audiovisuales sobre los convencionales, pues una encuesta realizada por Animoto, confirmaba que los interesados optaban por videos antes que leer un texto, el aprendizaje es más rápido y didáctico, de hecho, un 64% prefieren comprar un producto después de verlo en propagandas por videos en TV, ¿Acaso esto no es una buena noticia para la industria audiovisual? Más que una buena noticia, se convierte en un desafío, pues el aun los espectadores nos pueden ver los videos más allá del primer minuto, a pesar que el otro gran porcentaje lo hace a partir de los 2 minutos.

**Gráfico No.7:** Porcentaje que representa el cliente en ventas del sector



**Fuente:** (Estudio de Sectores Emergentes, Producción Audiovisual, 2007)

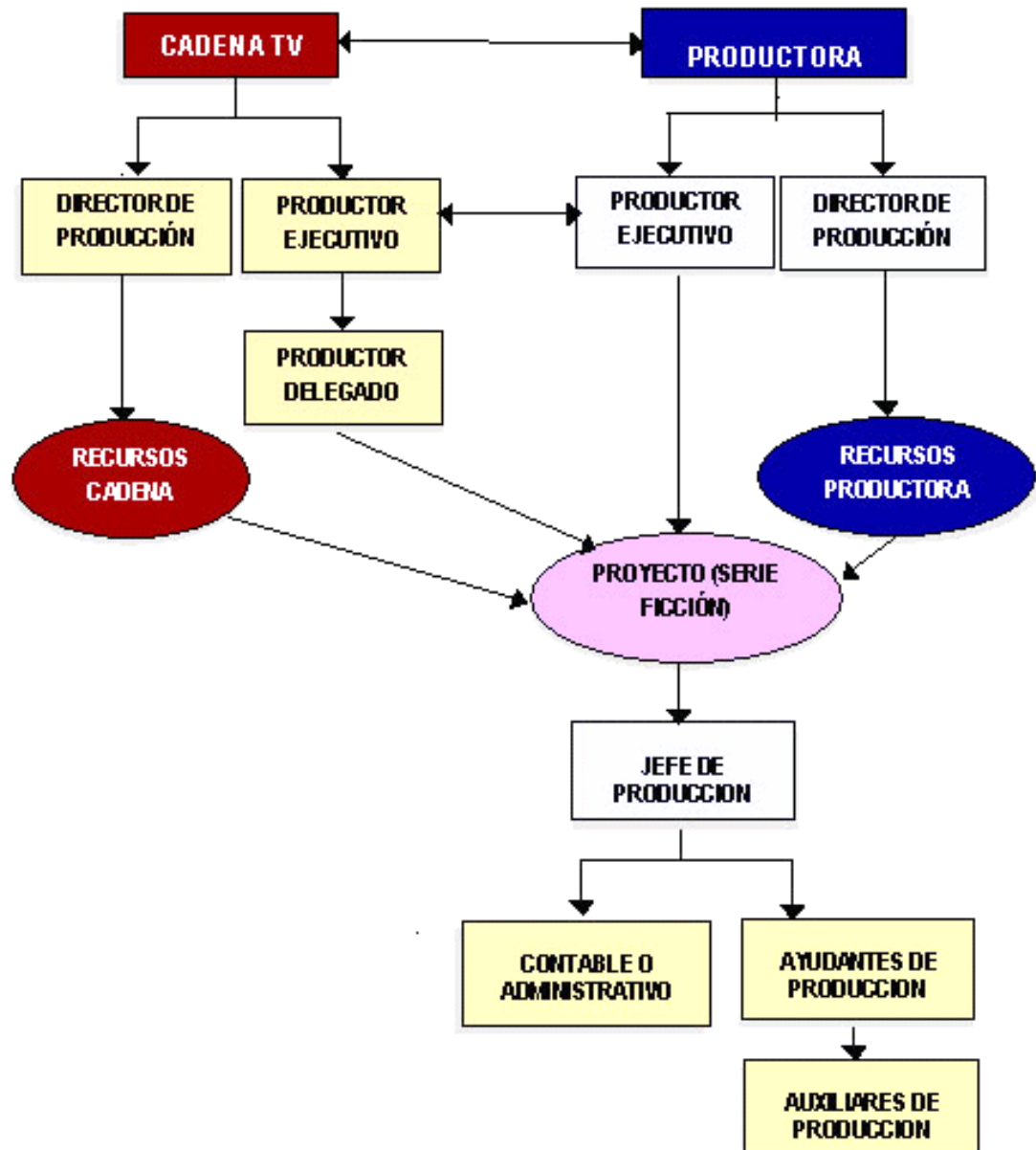
Podemos determinar que la venta principal de actividades audiovisuales se centra en los componentes de carácter técnicos como: servicio de cámaras, equipos de sonidos incluso la iluminación, por muy encima de lo creativo-circunstancial. Las instituciones públicas aportan más en la industria audiovisual, pues apostan por difundir proyectos, gestiones e información hacia una audiencia y espectador más segmentado; sin embargo, los medios de comunicación siendo partidarios, no impulsan el desarrollo del proceso, por lo que se necesita motivar y sobrellevar la relación medio-producción.

## **EQUIPOS DE PRODUCCIÓN**

Para realizar cualquier tipo de producción audiovisual de calidad, es fundamental contar con un equipo de trabajo, que se encargue de cada especificación técnica, edición, tecnológica e incluso administrativa. Los equipos técnicos resaltar el proceso de producción, permiten facilitar el desarrollo de producto-calidad.

El organigrama básico de producción televisiva o cinematográfica, consta de una organización de personal de producción, el equipo técnico y equipo artístico debe estar enfocado, pero sobre todo personificado por el rodaje

**Gráfico No.8:** Organigrama funcional de comparación de una Productora y Tv.



**Fuente:** Investigadora

La organización interna está directamente definida por el tamaño y proporción de la empresa o productora y el número de productos se va a realizar, sin embargo, en el

proceso de producción nunca debe faltar un equipo conformado por el Productor Ejecutivo, Director de Producción y Jefe de Producción, quienes están directamente relacionados con el buen manejo del proceso y producto final.

El Productor Ejecutivo, es el eje de regulación y por ende de creatividad, quien lleva las responsabilidades de la estación televisivas, responsabilidades como: la supervisión del proyecto, negociación con industrias de cooperación, selección de personajes y actores principales, aprobación de rodajes e incluso las cláusulas de contacto direccionadas para el film.

Mientras que el Director de producción, formaliza, gestiona y organiza los recursos humanos, económicos, técnicos y de acción y junto al Jefe de Producción o Line Producer son las personas asignadas para la realización del programa final de grabación (Alvarado, 2016), quienes vigilan el cumplimiento del plan de grabación y gestionan las responsabilidades de los personajes artísticos y técnicos.

Las responsabilidades son de carácter técnico para cada jornada y grabación ya sea en directo como es el caso de la producción televisiva, la comunicación vertical es importante para el continuo flujo de información entre productor, jefe, director y actores principales y secundarios. Dependiendo del tamaño del producto final, se requiere el numérico del equipo para las diferentes funciones.

Una producción televisiva involucra un trabajo en equipo para solventar las actividades y necesidades de grabación, producción y edición, independientemente del medio audiovisual el objetivo central siempre será: presentar un producto de calidad y en el tiempo establecido, para cumplir con las metas organizacionales es importante desarrollar las fases de producción, las mismas que permiten sistematizar la mejor manera las ideas y políticas del programa.

En cuanto a los recursos técnicos, los soportes de cámaras, filmadoras deben ser de una gama profesional, para no afectar la idea original del equipo de producción; la iluminación enmarca un papel importante a la hora de controlar los efectos de cámara

(Rezabala, 2011), pues a la hora de difundir los productos finales, la calidad siempre va a definir la categoría de la producción.

Para un mejor desempeño de grabación es fundamental realizar una autoevaluación acertada que permita calificar y extraer el porcentaje del trabajo realizado y esta es la diferencia entre una productora de calidad conformista y una productora de calidad de éxito, el valorar el programa o cualquier trabajo realizado permitirá siempre mejorar y superar los índices de calidad para el espectador (Alvarado, 2016), no olvidemos que el televidente es quién siempre tiene la razón y a ellos debemos los trabajos de contenido y producción.

## **CONTENIDOS EXITOSOS**

### **Lo audiovisual una industria cultural**

La producción de contenidos en las productoras audiovisuales se encuentra en tela de duda, por la reconceptualización de conceptos actuales que difieren de las políticas de creación de este sector; las formas estéticas de un lenguaje audiovisual tiene diferentes formatos tanto emocionales, racionales como expresivos y una gama de posibilidades de producir y difundir contenidos con las plataformas multimedia digitales (Madedo, 2013).

La revolución tecnológica ha permitido la evolución de contenidos, multiplicación de maneras de producción y acelera el proceso de difusión de productos audiovisuales, pues recordemos que lo visual tiene la atención completa de más del 60% de la población mundial. El sector audiovisual se considera como una industria cultural, pues es el medio con más afluencia de espectadores y audiencias significativas; un sector que reúne todos los recursos y requisitos para ser considerada así.

Al hablar de industria, determina un proceso de contenidos simbólicos esenciales para precisar los contenidos de difusión y producción y de procesos económicos mercantilistas, mientras que, al referirnos de cultura, encontramos simetría entre las

conjunciones sociales y las reacciones de los espectadores que provocan un conjunto constante de variables; Octavio Gettino, aclara los conceptos claves de contenidos “de qué hablamos cuando hablamos de industrias culturales”.

### **Calidad de Producción**

La creatividad e innovación, son los recursos principales en la producción de contenidos para una exhibición cinematográfica, en los últimos años 33 a 38 millones de espectadores anuales (Madedo, 2013), la televisión tiene relación con la calidad educativa de las audiencias, muchos espectadores en especial los niños adquieren conductas sociales aprendidas en los medios de comunicación.

El permanente y acelerado proceso de avance tecnológico, permite mejorar la calidad de producción audiovisual y en la difusión en los medios masivos de comunicación (Liendo, 2010), el éxito de los contenidos, está en producir contenidos multiplataformas que logren una eficiencia y eficacia comunicativa pero en diversos formatos que puedan solventar las necesidades informativas de las audiencias; los medios audiovisuales no solo están para entregar contenidos vendibles, es importante tomar conciencia para educar y entretener, esta se convierte en la fórmula de desarrollo de los productos audiovisuales.

Para lograr un mayor impacto en los televidentes, es importante adaptarse a los medios de recepción y difusión, para codificar los mensajes que permitan producir contenidos de mejor calidad y a un costo operativo relacionado con el proceso, lo importante es conocer las posibilidades de feedback entre audiencias y medios de producción.

Un producto audiovisual multiplataforma se lo considera en base al guion técnico de las fases de producción; producir contenidos y producción en alta calidad y en diversas plataformas, el producto se convierte en distintas plataformas multimedia y se requiere de creatividad audiovisual y un replanteo narrativo pero cambiando la forma, al exhibir contenidos artísticos-culturales relacionados con el crecimiento educativo en la audiencia.

La adaptabilidad de los recursos, herramientas y formatos tecnológicos y principalmente activar un *pensamiento de red* (Liendo, 2010), el productor debe tener un tinte creativo con una visión enfocada en una línea tecnológica. El contenido audiovisual, como un producto sucesor de imágenes y/o audio incluye todos los contenidos cinematográficos, televisivos, radiofónicos o multimedia y es independiente de la naturaleza de su contenido y del medio a través del cual será transmitido.

Un producto audiovisual, es el fruto de una industria cultural considerada social-conceptual y esta capacidad de producción y servicio se medirá en base a la satisfacción de necesidades y expectativas de las audiencias. El espectador distingue entre la calidad de conformidad y la calidad de diseño, la misma que nace de una óptica creativa para lograr sensibilizar, informar y educar sus audiencias y esta será claramente apreciada.

### **Variable independiente: Contenidos difundidos en la parrilla de programación**

#### **ANTECEDENTES**

Para la CORDICOM, la televisión y los productos audiovisuales, se han convertido en un ente catalizador y agente socializador de niños, niñas y adolescentes, quienes encuentran en este espacio el principal medio de entretenimiento, educación e incluso formación (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, 2015) , la televisión es una canal directo de información que esta ligadamente proporcionada a la formación de la sociedad en la que se forman limitación y se crea identificación mediante lo que ven y escuchan.

Según un estudio realizado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES) en el año 2015, niños, niñas y adolescentes ecuatorianos, pasan alrededor de mil cuatrocientas horas anuales, cuatro horas diarias le dedican a mirar la televisión en referencia a la formación educativa de Unidades Educativas de 1000 horas anuales. La televisión se ha convertido en un medio de formación educativa y cultural para la sociedad ecuatoriana.



## Franjas horarias de formación

Las franjas horarias, se catalogan como espacios en las parrillas de programación de un medio audiovisual y están se pueden clasificar temporalmente en relación a la edad promedio de las audiencias y en horarios, que permitan canalizar la información a todos los entes sociales en cuanto a los horarios y contenidos:

**Gráfico No. 9:** Clasificación de las franjas horarias



**Fuente:** (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, 2015)

La CORDICOM, permite clasificar la información y con tenido de los medios audiovisuales mediante estos tres horarios aptos para clasificación: A (familiar), B (responsabilidad compartida) y C (Adultos).

Los contenidos que encontramos en la televisión están parcialmente divididos en: Formativos (F), Culturales (C), Informativos (I), de Opinión (O), Entretenimiento (E), Deportivos (D).

Cada uno ligado y direccionado al medio de comunicación, quiénes son los responsables de clasificar sus contenidos en porcentajes parcializados que se ajusten a esta normativa legal expuesta por la CORDICOM y existen tres principios básicos en cuanto al reglamento de presentación de contenidos:

- 1. Velar por la emisión de contenidos que sean para el desarrollo de niños, niñas y adolescentes en determinados horarios.*
- 2. El respeto de los derechos de los niños, niñas y adolescentes que participan en programación de la televisión.*
- 3. La colaboración de los adultos para facilitar y supervisar lo que ven sus hijos e hijas en televisión. (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, 2015)*

Es importante que los medios de comunicación y formación tomen en cuenta estos reglamentos que permitan mejorar la calidad de contenidos y presentar unos contenidos informativos y formativos aptos para todo público, pero sobre todo, predispuestos a evolucionar los formatos informativos.

## **CANAL ÉLITE 45**

Élite Canal 45, fue creado en el año 2007, su sede se encuentra en la ciudad de Latacunga, este medio televisivo tiene como objetivo fundamental colaborar y dar un aporte significativo e informativo a la Provincia de Cotopaxi, con una alternativa de entretenimiento, educación e información a la ciudadanía, en base a un estudio de mercadeo que se realizó en la provincia, con el antecedente previo que se tenía ya la Radio Elite 103.3FM que hoy por hoy tiene 18 años, Cristian del Toro actual director y productor menciona *“Fue así que nuestros radio escuchas nos solicitaban siempre que sea Elite también un canal de televisión”*.

Este se convirtió en un proyecto audiovisual de carácter familiar, en el cual todos trabajan de manera significativa por la provincia de Cotopaxi, el propietario oficial, quién inicio es el Ing. Guido del Toro y la mayor satisfacción es cumplir con los objetivos de un medio audiovisual al servicio de la ciudadanía

**Gráfico No. 10:** Logo de Élite canal 45



**Fuente:** Dirección, Elite Canal 45

La señal y cobertura de Élite Canal 45 se extiende en toda la provincia de Cotopaxi llegando a los cantones: Latacunga, Salcedo, Pujilí, Saquisilí, Sigchos y La Maná. Siendo Latacunga el mayor cantón con cobertura periodística de la provincia, en la que se difunden los contenidos informativos, culturales, de entretenimiento y de opinión dirigidos a los cotopaxenses.

**Cuadro No. 4:** Porcentaje de cobertura de Élite Canal 45

COBERTURA	
Latacunga	42%
Salcedo	18%
Pujilí	18%
Saquisilí	8%
Sigchos	8%
La Maná	6%

**Fuente:** Investigadora

## **PARRILLA DE PROGRAMACIÓN**

Una *parrilla de programación*, es un término para referirnos a la programación de un medio de comunicación, en este caso televisivo, que engloba conjunto de horarios y espacios del programa para dar a conocer la carta de presentación del medio. En sí, la parrilla de programación puede resumirse como una estrategia de seducción para las

audiencias que generar un efecto de arrastre y a la vez garantizan la rentabilidad económica del medio (Roel, 2014).

Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga, mantiene una parrilla de programación no tan variada la misma que tiende a repartirse en los distintos horarios matutinos, vespertinos y diurnos:

**Cuadro No. 5:** Parrilla de Programación de Lunes a Viernes de Elite Canal 45

<b>PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE ELITE CANAL 45</b>				
<b>Programa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Hora de inicio</b>	<b>Hora de fin</b>
ANIME SHOCK	Dibujos animados para niños	E	05h00	06h30
SUCESOS	Acontecimientos, locales, nacionales	I	06h30	07h30
ÚLTIMA PALABRA	Entrevistas a autoridades	O	07h30	08h30
DRAMAS DE LA VIDA	Películas	E	08h30	10h00
RANTI Y RANTI	Educativo Familiar	F	10h00	10h30
EDUCA TV	Educativo Familiar	F	10h30	11h30
DOCUMENTALES	Especiales e historias	F	11h30	13h00
ANIME SHOCK	Dibujos Animados	E	13h00	15h00
CINE EN CASA	Películas variadas	E	15h00	16h30
RANTI Y RANTI	Educativo Familiar	F	16h30	17h00
EDUCA TV	Educativo Familiar	F	17h00	18h00
MINI SERIES	Temas de Entretenimiento	E	18h00	19h00
SUCESOS	Acontecimientos locales, nacionales	I	19h00	20h00
ÚLTIMA PALABRA	Entrevistas a autoridades	O	20h00	21h00
MINI SERIES	Temas de Entretenimiento	E	21h00	23h00
CINE SONÁMBULO	Películas de Terror	E	23h00	05h00

**Fuente:** Dirección, Elite Canal 45

**Elaboración:** Investigadora

La parrilla de programación cumple con los estándares marcados por la Ley de Comunicación en el Art: 8 en cuanto a la distribución del espectro televisivo de contenidos y se clasifican en: E, F, O e I, no obstante, el medio de comunicación audiovisual, no presenta contenidos variados entretenidos y formativos; no existe diversidad de contenidos de calidad que debería presentar un productora de tv, si

hablamos de que las parrillas de programación son la carta de presentación del medio, esperamos que los contenidos informativos sean original elegidos por el medio y a la vez amenicen los días de las audiencias.

De lunes a viernes los usuarios pueden observar desde las 5h00 hasta 5h00 del día siguiente mayor cantidad de películas, animes, documentales, etc. qué producción original y entretenida, existen dos espacios para la difusión de contenido cultural, pero que no es producida por el medio; no podemos tener una gran productora audiovisual nacional si no le dedicamos a producir calidad, creatividad y variabilidad en los contenidos que presentamos a nuestras audiencias.

**Cuadro No. 6:** Parrilla de Programación de Fines de Semana de Elite Canal 45

<b>PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE ELITE CANAL 45</b>				
<b>Programa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Hora de inicio</b>	<b>Hora de fin</b>
ANIME SHOCK	Dibujos animados para niños	E	05h00	08h00
DRAMAS DE LA VIDA	Películas	E	08h00	09h30
RANTI Y RANTI	Educativo Familiar	F	09h30	10h00
EDUCA TV	Educativo Familiar	F	10h00	11h00
ANIME SHOCK	Dibujos Animados	E	11h00	14h00
MINI SERIES	Temas de Entretenimiento	E	14h00	16h00
DOCUMENTALES	Especiales e historias	F	16h00	17h00
EDUCA TV	Educativo Familiar	F	17h00	18h00
CINE EN CASA	Películas variadas	E	18h00	20h30
RANTI Y RANTI	Educativo Familiar	F	20h30	21h00
CINE SONÁMBULO	Películas de Terror	E	21h00	00h00

**Fuente:** Dirección, Elite Canal 45

**Elaboración:** Investigadora

El espectro televisivo de contenidos que presenta Elite Canal 45 en los fines de semana, no es diferente ni distinto del contenido entre semana, la producción no es original y no existen espacios producidos que mejoren a la audiencia, tomando en cuenta que la mayoría de las audiencias son de la ciudad de Latacunga, debería existir espacios dedicados para dar a conocer la cultura, costumbre, gastronomía y

sobre todo la identidad de los latacungueños y Cotopaxenses que pueden y tienen la opción de miran este espacio televisivo.

Las propuestas televisivas deben ser pensadas como proyectos audiovisuales dispuestos a visualizar y desarrollar la mente del espectador por lo que se vuelve en un reto el poder llevarlo y que los productores lo realicen y logren captar las ideas creativas que un programa televisivo envuelve (RTV, Educación Continua, 2014); no podemos entregar un contenido sin un previo estudio de audiencias, conocer las necesidades y sobre todo solventar las carencias de aquella sociedad que es partícipe del medio.

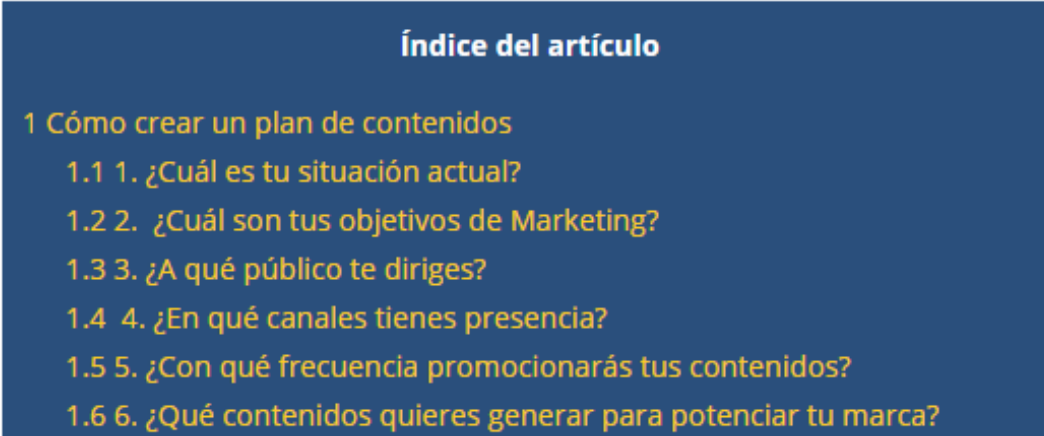
## **PROPUESTAS AUDIOVISUALES DE CONTENIDO**

Para poder emprender una propuesta audiovisual de calidad de diseño es importante conocer y saber cuál es objetivo que presenta el medio de comunicación, el tener bien claros los principios, permite conformar las bases del organigrama estructural y por ende el organigrama funcional, actores que con un trabajo en conjunto lograrán enganchar más audiencias dispuestas a consumir los contenidos que el medio presentará.

Lo realmente importante de un proyecto televisivo es el interés de quién lo entrega y el interés de quién lo recibe (RTV, Educación Continua, 2014), desde el principio, el proyecto debe construir la forma y formato que logre cautivar a los espectadores y crear apropiación de contenidos. La programación televisiva va encaminada a cada cultura y cada hábito social de la audiencia que genera.

La televisión esta englobada por un contenido de monopolios (Reinoso, 2007), los contenidos están directamente dirigidos por los grandes monopolios de industrias televisivas que buscan mercantilizar los contenidos, pero no pretenden accionar el verdadero propósito de estos espacios televisivos de “solventar necesidades de las audiencias” y es aquí en donde radica la importancia versátil de una propuesta de contenidos, es importante un análisis de audiencias, conocer a nuestros televidentes, saber lo que buscan y lo que han conseguido de los medios de comunicación.

**Gráfico No. 11:** Índice para diseñar proyectos audiovisuales



**Índice del artículo**

- 1 **Cómo crear un plan de contenidos**
  - 1.1 1. **¿Cuál es tu situación actual?**
  - 1.2 2. **¿Cuál son tus objetivos de Marketing?**
  - 1.3 3. **¿A qué público te diriges?**
  - 1.4 4. **¿En qué canales tienes presencia?**
  - 1.5 5. **¿Con qué frecuencia promocionarás tus contenidos?**
  - 1.6 6. **¿Qué contenidos quieres generar para potenciar tu marca?**

**Fuente:** (Nuñez, 2015)

El Marketing de Contenidos se ha desarrollado como una técnica eficiente de creación de proyectos con contenido audiovisual (Nuñez, 2015), es importante diseñar el Plan de Contenidos, que permita segmentar la información y los procesos cognitivos y gráficos del medio, pero de nada vale tener los objetivos y principios planteados si no contamos con un buen plan de contenidos que guíe el proceso de producción.

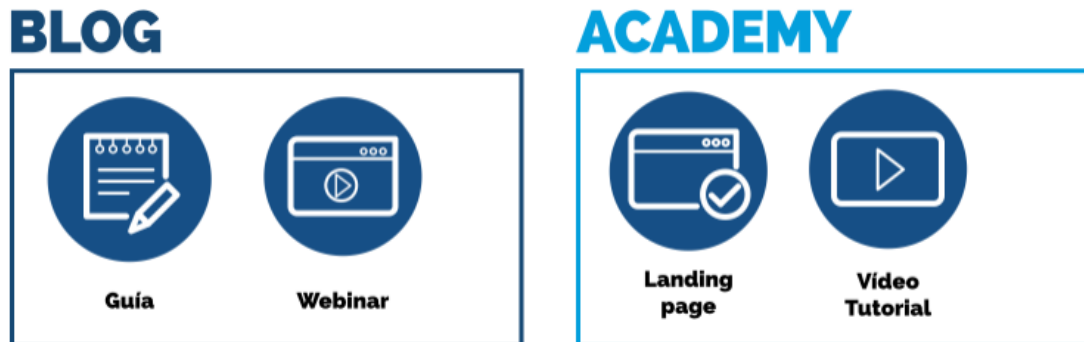
Las preguntas que se presentan en el gráfico No.8, permiten segmentar y delimitar las audiencias a la vez los contenidos que los espectadores van a divisar al final del proceso, hay que recalcar claramente en el hecho de conocer a nuestra audiencia y sus necesidades, es decir, saber qué es lo que desean de su medio televisivo: informarse mientras se entretienen.

## **MEDIATIZAR LOS CONTENIDOS**

Hoy en día la tecnología se ha convertido en un eje fundamental para la difusión de información y sobre todo para la promoción de contenidos, por lo que, es fundamental contar con una página on-line o fan page y una página web de nuestro medio audiovisual, que permita dar a conocer los contenidos a la ciudadanía y mediatizar el medio de comunicación.

En esta fan page podemos divulgar la parrilla de programación, información de del medio, horarios y demás contenidos de importancia para las audiencias:

**Gráfico No.12:** Potenciar la mediatización del medio



**Fuente:** (Nuñez, 2015)

Existen dos maneras de crear contenidos digitales de un medio audiovisual Blog y Academy (Nuñez, 2015)

**Blog.-** Crear el plan de contenidos para dar a conocer los contenidos del medio televisivo y predeterminar la reacción de las audiencias, a la vez mantenerlas informadas de los contenidos diarios y mediante la página web y un fan page monitorizar o webinar a las audiencias.

**Academy.-** Mediante la creación y difusión de una fan page y página web, permitir crear contacto digital con las audiencias y segmentar el público objetivo, y con la creación de pequeños videos informar la parrilla de contenidos, pues conocemos que la manera más interactiva de informar a la sociedad es con la presentación de videos. Gama tv, es uno de los medios televisivos más fuertes del Ecuador, cuenta con más de 50 años al aire y cuenta con un monitoreo de medios que le permite dar a conocer constantemente su parrilla de programación habitual a la vez que le permite tener espacios publicitarios convirtiéndose e otra manera de financiar su espacio, esta es la presentación que las audiencias consideran importante al hablar de medios informativos.



**Gráfico No.13:** Página Web de GamaTV



**Fuente:** (GAMA TV, 2018)

El conocimiento de las preferencias de la audiencia, se los obtiene a partir de los resultados que proporciona una muestra de espectadores información que se reproduce mediante filtros digitales que logran captar al conjunto de población que se convierte en el público objetivo.

**Gráfico No.14:** Fan Page de GamaTV



**Fuente:** (Nuñez, 2015)

Las estimaciones que se obtienen de las audiencias, lograrán crear un medio televisivo al servicio de la sociedad, proporcionando información confiable y de carácter cultural-formativo pues al considerarlo así al medio televisivo, lograremos revolucionar los formatos y mejorar la calidad de la producción nacional que tanto importa para las audiencias.

## **HIPÓTESIS**

- **HI:** La calidad de la producción audiovisual si incidiría en los contenidos de la parrillada de programación que se difunden en la parrilla de programación en elite canal 45 de la ciudad de Latacunga.
- **H0:** La calidad de la producción audiovisual no incidiría en los contenidos de la parrillada de programación que se difunden en la parrilla de programación en elite canal 45 de la ciudad de Latacunga.

## **SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES**

- **Variable independiente:** Producción Audiovisual
- **Variable dependiente:** Contenidos en la parrilla de programación.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **ENFOQUE**

Para la presentación y ejecución del proyecto de investigación fue necesario abordarle desde un enfoque cualitativo y cuantitativo, el mismo que permite conocer los paradigmas de investigación entre las variables, así lograr hallar resultados de cualidades y obtener posibles soluciones al problema planteado de investigación.

Es cualitativa, pues a través del análisis de contenido, se obtuvieron datos específicos de entrevistas a profundidad abordadas, esta metodología ayuda a la evaluación y análisis de los datos de investigación.

**Paradigma cualitativo**, gracias al enfoque preciso de enfoque, amplitud y profundidad, se conoció las causas y las consecuencias de la producción de contenidos de Élite Canal 45, y así lograr descifrar, si los contenidos son presentados en base a un estudio de calidad y profesionalismo y a la vez extraer el porcentaje para medir la calidad de ejecución y si estos responder a la solvencia del medio y logran satisfacer las necesidades de las audiencias.

**Paradigma Cuantitativo**, mediante un análisis cuantitativo de los procesos de investigación, se determina los resultados para la posible solución al tema central de investigación ejecutable, la valoración porcentual permite descifrar cifras exactas que determinen el análisis de las variables de estudio.

#### **MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la obtención de resultados del proyecto se requirió: investigación de campo e investigación bibliográfica-documental.

### **Investigación de campo:**

La investigación de campo, permite obtener información directa de un análisis de resultados, basados en la propuesta de la posible solución para la problemática, pues varios de los resultados abordados mediante las entrevistas con los ejes principales de observación, lograron determinar los factores principales para determinar y analizar el proceso de producción de contenidos de Élite Canal 45.

### **Bibliográfica-documental**

La modalidad de la investigación es bibliográfica-documental, ya que los datos se obtuvieron de libros, artículos, revistas y publicaciones en la web, además con sustento en leyes vigentes, las mismas que serán la fuente directa para ayudar al soporte teórico de la presente investigación con información confiable e **información secundaria** acerca de la producción audiovisual y los contenidos que se difunden en la parrilla de programación en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga.

## **NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

### **Exploratorio**

Esta investigación es exploratoria, ya que permite indagar los contenidos de información, en cuanto a producción audiovisual y los contenidos que se difunden en la parrilla de programación en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga, ayudando a la exploración y determinación de la realidad actual de la problemática.

### **Descriptivo**

Es descriptivo por que detalla las características de la problemática, mediante varias técnicas de recolección de información sobre las variables. Este tipo de investigación brinda la oportunidad de identificar la relación entre las dos variables de investigación.

### **Asociación de variables**

La correlación entre la variable Independiente y la variable Dependiente permitirá medir el grado de relación que existe entre la producción audiovisual y los contenidos que se difunden en la parrilla de programación en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga.

### **Explicativa**

Es explicativa porque permite identificar las causas por las cuales se produce la problemática, por ende, la poca producción intercultural y el desinterés de los medios de comunicación para producir una comunicación intercultural entre comunidades y pueblos.

### **MUESTRA PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO**

La presente investigación requiere de dos fuentes, primarias y secundarias. En la fuente primaria se involucran las personas que están vinculadas a la problemática y de las cuales es factible obtener información escrita y oral, la cual es directamente recopilada por el investigador.

En cuanto a la fuente secundaria se ha tomado en cuenta documentos impresos y contenidos audiovisuales para poder acceder para el respectivo análisis de contenido. Por tal motivo, se empleará un muestreo no probabilístico intencional donde la selección de las unidades de análisis se realiza bajo el criterio del investigador, pues es él quien decide en forma justificada quienes serán parte de la muestra.

### **Unidad de Análisis**

El grupo de muestra, que se ajusta a la metodología de investigación, son los directivos y actores principales de Élite Canal 45, personajes profesionales especializados en el tema de producción audiovisual y por supuesto la audiencia, qué tan fuerte es la difusión de contenidos y qué tan importantes son considerados por sus televidentes.

Estas entrevistas de carácter abiertas fenomenológicas, logran narrar las historias, experiencias, pero sobre todo captan, las sensaciones y emociones de los participantes, logrando obtener los resultados calificables para la propuesta alternativa de solución, especialistas en producción de contenidos, permitirán evaluar los procesos de preparación y difusión de contenidos y las audiencias valorarán el trabajo ejecutado por este medio de comunicación audiovisual.

## OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**Variable Independiente: Producción Audiovisual**

**Cuadro No. 7:** Matriz de la Variable Independiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas e Instrumentos
<p><i>La producción audiovisual es el proceso completo de creación de un contenido audiovisual, dependiente de la complejidad del producto audiovisual, la duración y la preparación del mismo será diferente, tanto en cine como vídeo, el proceso de producción contiene las mismas etapas: pre-producción, producción y postproducción.</i> (Abellán, 2017)</p>	Producción de	-Contenidos audiovisuales	¿Cómo se realiza la supervisión y corrección del guion técnico?	Cuestionario-Encuesta
	contenidos	- Inicio de la grabación	¿Cómo se elige los lugares donde se llevará a cabo la grabación?	Guía. Entrevista
	Pre-producción	-Equipo de producción	¿Cuáles son los estándares con los que se realiza la contratación de equipos técnicos, artísticos, de edición, de vestuario y maquillaje con los que se contara durante la realización del programa?	Cuestionario Encuesta
	Producción	-Edición y montaje de la obra.	¿Cuál es el proceso de producción?	Cuestionario Encuesta
	Post-producción	- Calidad de producción	¿Cómo se verifica el cumplimiento de las normas legales de comunicación?	Cuestionario. Encuesta
	Calidad de conformismo	-Medios de producción	¿Cómo se seleccionan la toma de material gravado que servirán para la edición y montaje?	Cuestionario. Encuesta
	Calidad de Diseño	-Difusión de contenidos	¿Cómo se verifica la calidad del producto final?	Reg. Observación
	Mediatización de	-Proceso de mediatización		
		-Viralización del medio		
		-Monitoreo de		

	contenidos	contenidos		
--	------------	------------	--	--

**Fuente:** Investigadora

**Variable Dependiente: Contenidos de la parrillada de programación**

**Cuadro No. 8:** Matriz de la Variable Dependiente

Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnicas e Instrumentos
<p><i>El concepto de parrilla se utiliza para referirse al cuadro de programación, es decir al conjunto de horarios y espacios que se van a emitir. La parrilla de una cadena de televisión puede estar conformada por espacios tales como informativos, programas infantiles, concursos o series pasando por películas y favoritos.</i> (Merino, 2015)</p>	<p>Contenidos audiovisuales</p> <p>Difusión de productos</p> <p>Plan de Trabajo</p> <p>Relación del medio audiovisual</p> <p>Cuadro de programación</p> <p>Espacios televisivos</p> <p>Monitoreo de contenidos</p> <p>Segmentación de audiencias</p> <p>Programa televisivo</p>	<p>-Información original parcializada</p> <p>- Plataformas digitales para la difusión de contenidos del medio</p> <p>- Planificación en contenidos y producción de ambientes</p> <p>-Delimitación de audiencias por sectorización</p> <p>-Reforma de proceso de edición y producción</p> <p>-Horarios y espacio que se van a emitir</p> <p>-División de contenidos:</p>	<p>¿Cuáles son los horarios que tienen más audiencia durante el día?</p> <p>¿Qué espacios se presentan durante la emisión de la parrilla?</p> <p>¿Qué tipo de espacios se presentan con más frecuencia?</p> <p>¿Qué tipo de programación es solicitada por la audiencia?</p>	<p>Cuestionario-Encuesta</p> <p>Guía. Entrevista</p> <p>Cuestionario Encuesta</p> <p>Cuestionario Encuesta</p> <p>Cuestionario. Encuesta</p> <p>Cuestionario. Encuesta</p> <p>Reg. Observación</p>



		<p>informativos, programas infantiles, concursos, series, películas</p> <p>-Medio audiovisual preparado en contenido y difusión</p>	<p>¿Qué contenidos originales y creativos presenta el medio audiovisual?</p> <p>¿Cómo solventa el medio las necesidades de las audiencias?</p>	
--	--	---	--	--

**Fuente:** Investigadora

## TÉCNICA E INSTRUMENTOS

La técnica experimental de recolección de información se va aplicar la entrevista con su guía de entrevista e investigación de campo con su registro de observación; esta técnica permite delimitar los contenidos y segmentar la información a profundidad.

### Entrevistas Semi-estructuradas

La entrevista, se considera una técnica de recopilación de información, tiene como finalidad recopilar la información de los entrevistados a profundidad, *las entrevistas fenomenológicas*, permiten describir detalladamente las reacciones, emociones e incluso permiten registrar los comportamientos de los entrevistados durante la sesión.

La investigación a profundidad sobre el problema a resolver, permite la obtención de la información en torno al ámbito social-psicológico de los actores principales y así definir la influencia de las opiniones en las que el tema se va dirigiendo durante la entrevista.

La entrevista como parte de una comunicación interpersonal establecida entre los actores principales y el problema de estudio, logra obtener las respuestas verbales a las interrogantes previamente establecidas en la guía de la entrevista, permitiendo planificar y estructurar la entrevista de manera sistemática, por lo que es considerado el método de investigación más acertado y congruente.

Según (Amador, 2009) señala en su publicación sobre “Metodología de la Investigación” que existen dos tipos de entrevista: La Estructurada y No Estructurada.

**Estructurada.-** Su característica se basa en ser sistematizada y estandarizada en base al plan de recolección de información y guía de la entrevista; la planificación y la segmentación en el orden de preguntas y actores que intervienen en el proceso de investigación permite elegir las alternativas de solución, mediante la elaboración de un formulario.

**No Estructurada:** Es más flexible y abierta a disposición de los participantes y objetivos de investigación; su contenido, orden, profundidad y formulación está dirigido por el entrevistador, pues esta entrevista es de carácter descriptiva libre.

## PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

**Cuadro No. 9:** Plan de recolección de información

<b>Preguntas básicas</b>	<b>Explicación</b>
1.- ¿Para qué?	Para determinar cómo la calidad de la producción audiovisual incide en los contenidos de la parrillada de programación que se difunden en la parrilla de programación en elite canal 45 de la ciudad de Latacunga.
2.- ¿De qué personas u objetos?	Personas: Administrador del canal y el productor audiovisual. Objetos: La producción audiovisual y el contenido de la parrilla de programación.
3.- ¿Sobre qué aspecto?	La calidad de producción audiovisual y los contenidos de la parrilla de programación.
4.- ¿Quién?	Srta. Linda Villacís.
5.- ¿A quiénes?	Administrador y productor audiovisual de Elite canal 45
6.- ¿Cuándo?	Año 2017
7.- ¿Dónde?	Canal de televisión Elite.
8.- ¿Cuántas veces?	Una sola vez.
9.- ¿Cuáles técnicas de recolección?	Entrevistas fenomenológicas y Análisis de contenido.
10.- ¿Con que instrumentos?	Preguntas semi estructuradas

**Fuente:** Investigadora

## **PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Los datos recolectados durante la entrevista son procesados en archivos en Word y Excel para posteriormente clasificarlos por categorías.

- La información obtenida por medio de la entrevista será interpretada por la investigadora para dar conclusiones con respecto a las variables.
- La Revisión crítica de la calidad de producción audiovisual y los contenidos en la parrilla de programación serán realizados de acuerdo a la ley de comunicación.
- Los cuadros de contenidos y tabulaciones según cada variable.
- Análisis e interpretación de resultados en relación a los datos estadísticos obtenidos de acuerdo a los objetivos planteados.
- Realización de conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los objetivos planteados.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

La técnica que se utilizó para la recolección e interpretación de los resultados obtenidos es la encuesta fenomenológica, en base a interrogantes planteadas previas a una guía de encuestas, permitió abordar los temas eje del proyecto para conocer los causales de la difusión de los contenidos de la parrilla de programación de Élite Canal 45.

Nuestros actores principales que desencadenan en esta investigación se centraron, en funcionarios del medio de comunicación abordado para la investigación, profesionales en el proceso y producción de contenidos audiovisuales, periodistas que trabajan y con su experiencia permiten enriquecer esta investigación.

Mediante la guía de entrevistas se puede obtener resultados fenomenológicos para interpretar el posible problema de investigación y descubrir si en verdad, existe falta de profesionalismo, original y sobre todo creación de contenidos del medio audiovisual y saber ¿Cómo estos factores inciden en el proceso de elaboración de contenidos? Realmente ¿Están satisfechos con el trabajo realizado y cumplido o pretender renovar los formatos?

Los resultados que se van a presentar a continuación revelan de manera cualitativa el problema de investigación y permite tomar referencia del problema causal, el que nos permite validar la hipótesis planteada.

### **INTERPRETACIÓN DE DATOS**

Los resultados presentados, en base a una serie de entrevistas a profundidad, muestran que en realidad el medio de comunicación televisivo, presenta una crisis de producción de contenidos, el equipo tanto humano como técnico-material es insuficiente para la producción óptima de los contenidos presentados a la ciudadanía. Los contenidos no han sido previamente estudiados y mucho menos la producción y

el proceso de los productos audiovisuales, el porcentaje de producción original es mejor al del porcentaje de producción externa, sin un previo estudio de mercado no se puede producir contenidos que interesen y solventen las necesidades de esta audiencia.

El escaso profesionalismo y sobre todo, la falta de creatividad al producir los contenidos está causando que las audiencias no aprecien los contenidos y adopten una cultura informativa y de entretenimiento, incluso el Productor General de Élite Canal 45, asegura que la producción es escasa y es necesario renovar los contenidos, formatos y difusión de contenidos.

A continuación, se van a presentar el análisis de las entrevistas realizadas a los actores principales de esta investigación, quiénes permiten determinar y confirmar la hipótesis planteada de crisis de producción de contenidos y difusión de productos de la parrilla de programación de Élite Canal 45.

**GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 1**

**Cuadro No. 10** Guía de entrevista semiestructurada tipo1

<b>GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 1</b>	
<b>Interrogante No.</b>	<b>¿Cómo se realiza la producción audiovisual en Élite Canal 45 de la ciudad de Latacunga?</b>
<b>1</b>	¿Qué recursos materiales utilizan ustedes para una producción audiovisual?
<b>2</b>	¿Qué recursos materiales se deberían utilizar para una producción audiovisual de calidad?
<b>3</b>	¿Qué recursos humanos utilizan para una producción audiovisual en vivo?
<b>4</b>	¿Qué personal humano se requiere para realizar una producción audiovisual?
<b>5</b>	¿Qué aspectos son tomados cuenta en la pre producción de un producto audiovisual?
<b>6</b>	¿Qué aspectos deberían considerarse en la pre producción para elaborar un producto audiovisual de calidad?
<b>7</b>	¿Qué aspectos esenciales se realizan en la postproducción?
<b>8</b>	¿Qué procedimiento se realiza en una postproducción, para obtener el resultado del producto final audiovisual?
<b>9</b>	¿Qué impacto cree Ud. Como profesional, que genera en la tele audiencia una a producción de baja calidad?

**Fuente:** Investigadora



**GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 2**

**Cuadro No. 11: Guía de entrevista semiestructurada tipo 2**

<b>GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 2</b>	
<b>Interrogante No.</b>	<b>¿Qué contenidos se difunden en la parrilla de programación de Élite Canal 45 de la ciudad de Latacunga?</b>
<b>1</b>	¿Tienen una producción propia o se manejan con lo que son los enlatados?
<b>2</b>	¿A qué público objetivo va dirigida la programación de Élite Canal 45?
<b>3</b>	¿Cuántos programas de producción propia son parte de la parrilla de programación?
<b>4</b>	¿Se cumple con los parámetros de transmisión de producción nacional de acuerdo a la Ley Orgánica de Comunicación?
<b>5</b>	¿Ustedes piensan que su público objetivo está satisfecho con los contenidos de la parrilla de programación?
<b>6</b>	¿Cómo profesional, que piensa Ud. Qué debería contener una parrilla de programación de un medio local?
<b>7</b>	¿Piensan ustedes que en su parrilla de programación hace falta mayor producción local?
<b>8</b>	¿Qué se debería hacer para poder tener al menos el 50% de producción propia en los medios locales?
<b>9</b>	¿Tienen una producción propia o se manejan con lo que son los enlatados?

**Fuente:** Investigadora

**Cuadro No. 12:** Entrevista Semiestructurada Tipo1

<b>ENTREVISTA TIPO 1</b>			
<b>Nombre:</b> Lic. Cristian del Toro			
<b>Cargo:</b> Productor General de Élite Canal 45			
<b>Fecha:</b> 20 noviembre de 2017			
<b>Lugar:</b> Provincia Cotopaxi, Cantón Latacunga			
<b>N°</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN</b>
1	<b>¿Qué recursos materiales utilizan ustedes para una producción audiovisual?</b>	Lo fundamental que son las cámaras, un alto porcentaje de iluminación, trípodes, micrófonos, todo tipo de cables, para la electricidad, de las cámaras de los micrófonos, consola de audio, consola de manejo de cámaras.	El equipamiento tecnológico-técnico, resulta ser uno de los ejes principales para la ejecución de productos audiovisuales, mientras mejor equipamiento tengas más rápido se alcanza a lograr una producción de calidad.
2	<b>¿Qué recursos humanos utilizan para una producción audiovisual en vivo?</b>	En cada programa nos manejamos con alrededor de cuatro a cinco personas.	El equipo humano conformado en una productora audiovisual, determina la agilidad porcentual de los resultados, que permitirán determinar y valorar la producción de los mismos.
3	<b>¿Qué aspectos son tomados cuenta en la pre producción de un producto audiovisual?</b>	Principalmente la realización de un guion bien elaborado y bien redactado, en nuestro caso este lo realizan los presentadores y después es revisado por mi persona. La locución clara, precisa y sobre todo bien editada Los recursos tanto materiales como humanos que vamos a necesitar para cada producción. Al público que va a ser dirigido.	La preparación de los productos es lo más importante al momento de ejecutar un proyecto audiovisual, debe existir un equipo especializado, con ideas frescas e innovadoras que permitan revolucionar los formatos de producción y difusión.
4	<b>¿Qué aspectos esenciales se realizan en la postproducción?</b>	La edición es muy importante y fundamental, una edición bien hecha, bien trabajada, es el resultado de una producción bien hecha, además de los	Del Toro menciona que lo más importante es una edición bien trabajada, pero si el contenido informativo no es original y de interés,

		efectos, la correcta iluminación y especialmente el contenido que sea el adecuado según nuestro público objetivo, para obtener el resultado positivo con nuestros televidentes.	el impacto audiovisual no va a tener los resultados esperados; es necesario concentrarse en producir nuevos contenidos con formatos multimedia.
5	<b>¿Qué impacto cree Ud. Cómo profesional, que genera en la tele audiencia una a producción de baja calidad?</b>	Bajo rating, descontento con los contenidos de nuestros productos, pérdida de auspiciantes y sobre todo una mala reputación del canal.	Estar con los pies sobre la tierra es importante para determinar la crisis existencial de un medio de comunicación, el rating de audiencia puede definir si la producción es de calidad o no y permite determinar la valoración de los programas.
6	<b>¿A qué público objetivo va dirigida la producción de Elite Canal 45?</b>	Por lo regular va desde los 8 años en adelante, ya que la mayoría de nuestros programas son aptos para todo público, en la noche el noticiero y el programa de opinión es clasificación B bajo supervisión de adultos.	Élite Canal 45, no tiene una segmentación de audiencia correcta, pues solo se basa en los estándares impuestos por la CORDICOM, pero estos no se encuentran diferenciados por el interés de la audiencia Cotopaxense.
7	<b>¿Tienen producción propia o se manejan con los enlatados?</b>	Si tenemos un porcentaje de producción propia entre lo que son los noticieros, programas de opinión y entretenimiento que son los programas que manejamos en vivo, lo cual es un reto para nosotros, pues la producción va desde la imagen de los presentadores, su locución, hasta los aspectos técnicos que son manejo de cámaras, cables, audio, iluminación y los reportajes o noticias que tengan que salir al aire. También tenemos como producción propia, campañas de razón social, son pequeños cortos de alrededor de un minuto que son transmitidos durante toda nuestra programación en cada espacio publicitario.	Según la parrilla de programación presentada, solo los dos programas de información y uno de entretenimiento, son producidos por el medio, los demás se basan en presentación de películas, documentales y campañas de identidad cultural impuestas. No podemos esperar presentar programas monótonos y esperar una gran audiencia que busque interactuar y apropiarse del medio de comunicación. Es necesario que los medios televisivos empiecen a generar contenidos de interés humano, dedicado a entretener, informar y culturizar a su segmentada

		Los enlatados los manejamos en coordinación con la CORDICOM, en donde se transmiten dos programas Educa y el Ranti- Ranti y las películas que son transmitidas de acuerdo a las franjas horarias que nos permite la Ley Orgánica de Comunicación.	audiencia.
8	<b>¿Cuántos programas de producción propia son parte de la parrilla de programación?</b>	Se puede decir que un 25 % Programa político Noticieros y sus reprises Un programa de entretenimiento en vivo que es un bingo “Juega Familia” Programa de opción con la comunidad “Última Palabra” Cortos de campañas con temática de razón social: en contra del abuso infantil, maltrato a la mujer, violencia, cuidado del ecosistema, etc.	El decir que un medio de comunicación televisivo que trasmite día a día incluso fines de semana y feriados tenga un 25% de producción propia, es representar una crisis de producción de contenidos. Las audiencias no buscar encender su televisor y ver los mismos programas repetitivos, buscan en este medio de comunicación, entretenerse y a la vez informarse y si es de su sector este contenido va a llamar su atención.
9	<b>¿Se cumple con los parámetros de transmisión de producción nacional de acuerdo a la Ley Orgánica de Comunicación?</b>	Si debido a que los espacios Formativo- Educativo y Cultural, son cubiertos en un 30% con los enlatados de Educa y Ranti Ratnti	Al parecer el medio de comunicación, cumple con los parámetros establecidos de la Ley comunicación en cuanto a la sectorización de contenidos por las franjas horarias, pero no por los parámetros establecidos para la creación de un medio televisivo.
10	<b>¿Ustedes piensan que su público objetivo está satisfecho con los contenidos de la parrilla de programación?</b>	Según las últimas mediciones de rating, pienso que sí, pues hemos tenido gran acogida, sobre todo con los dos programas de la noche, de opinión y de entretenimiento.	El primer time se establece por los horarios diurnos, sin embargo es el momento perfecto para presentar programas de entretenimiento, pero el resto del tiempo ¿Qué contenidos se presentan?

11	<p><b>¿Cómo profesional, que piensa Ud. Qué debería contener una parrilla de programación de un medio local?</b></p>	<p>Debe ser completa, tiene que tener varios espacios de entretenimiento, variedades, programas educativos, también debe contener programas que ayuden al crecimiento de la ciudad que rescaten su cultura y tradición. Además pospuesto espacios de información y opinión para la comunidad.</p>	<p>Los contenidos de la parrilla de programación, además de cumplir con los parámetros de estandarización de información, estos deben ser la carta de presentación del medio y más que esto deben reflejar la realidad social de su audiencia. Permitir reformar los formatos y atreverse a presentar contenidos originales e investigar las problemáticas sociales, supone el desafío de un mejorado periodismo.</p>
12	<p><b>¿Piensan ustedes que en su parrilla de programación hace falta mayor producción local?</b></p>	<p>Si, debido a la falta de apoyo que tenemos por parte de las empresas, pues nos hace falta auspiciantes que confíen en la calidad de nuestra producción, la misma que necesita de inversión para que sea de calidad. La gente busca lo más barato y obviamente no les importa la calidad sino la cantidad. Además necesitamos recursos significativos para tener mayor producción local, tanto económico como humano, ya que son pocos los profesionales que se dedican de lleno a realizar producciones, debido a que no lo ven muy lucrativo.</p>	<p>La falta de aportación a la industria audiovisual, es un problema notorio, sin embargo cuando presentamos propuestas decididas a atraer a las audiencias logramos romper los esquemas de producción. Es importante formar una cultura que promueva la calidad más que la mercantilización, los trabajos que son bien producidos merecen más sacrificios.</p>

13	<p><b>¿Qué se debería hacer para poder tener al menos el 50% de producción propia en los medios locales?</b></p>	<p>El trabajo empieza por nosotros, en cierta parte se puede decir que podemos cambiar la mentalidad de las personas que piensan que no existe producción de buena calidad en Latacunga, al realizar trabajos bien hechos, bien elaborados, de buena calidad, que demuestren el trabajo y esfuerzo que realizamos cada día para poder transmitir a través de la pantalla nuestros programas. Además de buscar más profesionales expertos en el área para que nos ayuden a crecer como productora y como medio de comunicación.</p>	<p>Las limitaciones en la producción de contenidos, muchas de las veces son impuestas por los propios medios de comunicación y periodistas que se conforman con emitir información repetitiva e irrelevante, salir del molde nos permitirá abrir nuevos horizontes de producción para brindarle información relevante y actualizada a los cotopaxenses. La falta de profesionales interesados en renovar el periodismo convencional es la primera barrera hacia un periodismo investigativo de calidad.</p>
----	--	--	---

**Fuente:** Investigadora

**Cuadro No. 13: Entrevista semiestructurada Tipo 1**

<b>ENTREVISTA TIPO 1</b>			
<b>Nombre:</b> Lic. Ana Reino			
<b>Cargo:</b> Periodista de Élite Canal 45			
<b>Fecha:</b> 20 noviembre de 2017			
<b>Lugar:</b> Provincia Cotopaxi, Cantón Latacunga			
<b>N°</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN</b>
1	<b>¿Qué recursos humanos se utilizan para una producción audiovisual en vivo?</b>	Trabajamos alrededor de cuatro personas, quiénes nos encargamos de distribuir los papeles en producción y edición de contenidos.	Las producciones audiovisuales en vivo, se han desarrollado de manera exitosa, pues permiten presentar la información casi en tiempo real.
2	<b>¿Qué aspectos son tomados cuenta en la pre producción de un producto audiovisual?</b>	Realizamos el guion Depende el producto, seleccionamos la música Si la producción es en vivo tomamos en cuenta: el escenario, la iluminación, la imagen de los presentadores, el personal que va a trabajar.	En la pre-producción es el momento perfecto para planificar y conceptualizar la preparación de los materiales audiovisuales a utilizarse en el programa.
3	<b>¿Qué aspectos esenciales se realizan en la postproducción?</b>	La selección de las tomas Selección del fondo musical si no es para los noticieros Sonido adecuado Efectos	En la post-producción, más que la edición del programa, es la monitorización de los contenidos y de las audiencias en cuanto a la información recibida.
4	<b>¿Qué impacto cree Ud. Cómo profesional, que genera en la tele audiencia una producción de baja calidad?</b>	Decepción tanto de la producción como de las personas que trabajamos aquí, además de una pérdida considerable de la tele audiencia.	Reino, asegura que la decepción de la audiencia por una producción de baja calidad provoca mala reputación en el sector audiovisual y más que eso pierde credibilidad en su audiencia.

5	<b>A qué público objetivo va dirigida la programación de Élite Canal 45?</b>	La mayoría de programas son aptos para todo público, nuestro público objetivo va desde los 7 años en adelante.	La no segmentación de contenidos, no permite la clasificación adecuada de los contenidos, Élite canal 45 debe priorizar su producción de información en base a los requerimientos de su audiencia específica.
6	<b>¿Cuántos programas de producción propia son parte de la parrilla de programación?</b>	El noticiero Programas de opinión Un programa de entretenimiento Cortos que son campañas con fines de concientización a la sociedad.	La clasificación de producción propia es insuficiente para un medio televisivo con vanguardia y al servicio de una provincia.
7	<b>¿Se cumple con los parámetros de transmisión de producción nacional de acuerdo a la Ley Orgánica de Comunicación?</b>	Si debido a que establecemos los parámetros que indica la ley clasificando nuestros programas y tenemos dos programas culturales en coordinación con la CORDICOM.	Los parámetros legales se cumplen para preservar la notoriedad del canal, sin embargo su producción de contenidos no se proporciona a este porcentaje.
8	<b>¿Ustedes piensan que su público objetivo está satisfecho con los contenidos de la parrilla de programación?</b>	Si debido a la gran sintonía que tenemos, sin embargo por falta de recursos no podemos cumplir con la producción de muchos programas que tal vez quisiera la gente, como por ejemplo variedades, deportes, culturales, etc.	El medio está convencido de que sus contenidos dan los resultados esperados, sin embargo, la producción y originalidad de la parrilla de contenidos no demuestra esta fiel creciente.
9	<b>¿Cómo profesional, que piensa Ud. Qué debería contener una parrilla de programación de un medio local?</b>	De todo un poco, informativos, culturales, entretenimiento, comedias.	Más que segmentación de contenidos una producción audiovisual debe tener, ideas frescas y una forma renovada de hacer periodismo investigativo.



10	<p><b>¿Piensan ustedes que en su parrilla de programación hace falta mayor producción local?</b></p>	<p>Claro, como mencionaba por falta de recursos no podemos cubrir las necesidades de todo nuestro público objetivo, hace falta mayor apoyo para el talento local y que nos reconozcan más como profesionales.</p>	<p>La falta de recursos económicos y técnicos, se crea como un limitante para la difusión y edición de contenidos, pero no para la producción. Es importante empezar por pensar en contenidos de calidad para presentarlos como proyectos en industrias audiovisuales que estén dispuestas a promover la producción nacional, si este proyecto es bueno, van a tener más oportunidades de financiamiento.</p>
11	<p><b>¿Qué se debería hacer para poder tener al menos el 50% de producción propia en los medios locales?</b></p>	<p>Pienso que trabajar, trabajar muy duro en la producción que tenemos ahora para que esta de frutos, para que así tanto profesionales, como autoridades y empresas se animen a realizar con nosotros producción de calidad, obviamente esto significa invertir más, esforzarse más, en si trabajar más.</p>	<p>El trabajo en equipo es la base del crecimiento de una producción audiovisual, sin embargo el requerimiento de personal capacitado, es el ideal para crear, producir y difundir de contenidos que renueven los formatos de comunicación.</p>

**Fuente:** Investigadora

**Cuadro No. 14:** Entrevista semiestructurada Tipo2

<b>ENTREVISTA TIPO 2</b>			
<b>Nombre:</b> Dr. Alex Tamayo			
<b>Cargo:</b> Especialista en Producción Audiovisual			
<b>Fecha:</b> 25 noviembre de 2017			
<b>Lugar:</b> Provincia Tungurahua, Cantón Ambato			
<b>N°</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN</b>
<b>1</b>	<b>¿Qué recursos humanos utilizan para una producción audiovisual en vivo?</b>	De 10 a 15 profesionales, que distribuyen su trabajo entre producción, edición y difusión de los contenidos.	La producción de contenidos debe ser proporcional a la edición, por lo tanto sabes que es importante contar con el personal requerido y capacitado para realizarlo.
<b>2</b>	<b>¿Qué aspectos son tomados cuenta en la pre producción de un producto audiovisual?</b>	La parte técnica escoger el equipo técnico tanto materiales como humanos Guiones bien elaborados Establecer el rol fundamental que va a tener cada persona dentro de la producción	La elaboración de un buen plan de trabajo, supone el buen inicio de un proyecto, seguido del personal capacitado para la realización de cada tarea, logran obtener resultados y objetivos claros de lo esperado.
<b>3</b>	<b>¿Qué aspectos esenciales se realizan en la postproducción?</b>	Lo fundamental es la selección de las imágenes o tomas que vamos a utilizar Cortar las imágenes que ya es parte de la edición Armar un guion de post producción y así disminuir tiempo en la edición Buscar una buena musicalización Escoger los efectos especiales	La edición, es otro de los componentes claros de buena producción, se definirá el resultado final y la presentación del producto, la cual debe ser impecable. Sin embargo, lo que pone un antes y un después en un proyecto, es la calidad de los profesionales que realizan la tarea.

4	<p><b>¿Qué impacto cree Ud. Cómo profesional, que genera en la tele audiencia una a producción de baja calidad?</b></p>	<p>Ningún impacto, debido a que una producción de baja calidad no llega al televidente, además que ahora es mucho más fácil acceder a una producción extranjera a través de la televisión por cable, y lo que se consigue es que la gente prefiera producción de afuera y no la producción nacional.</p>	<p>Es importante tomar en cuenta, que existen varias alternativas que las audiencias pueden elegir si no les gusta la producción televisiva normal, la tv por cable, le brinda al televidente la opción de elegir los contenidos que desea en producción internacional. Incluso la producción digital puede brindar nuevos formatos multimedia entretenidos. Es aquí donde radica la importante de no dejar morir la buena producción televisiva convencional.</p>
5	<p><b>¿Cómo profesional, que piensa Ud. Qué debería contener una parrilla de programación de un medio local?</b></p>	<p>Contenidos que lleguen a las personas, como programas culturales, sociales, deportivos, económicos, que todavía no se logra plasmar en la televisión local, ya que aún manejamos una copia de lo que son los medios nacionales o internacionales.</p>	<p>Los contenidos, su variación, diversidad y enriquecimiento, es lo que marca la diferencia entre los medios de producción, debemos saber producir contenidos para un audiencia diferente a la de hace 20 años y debemos adaptarnos a esta nueva sociedad.</p>
6	<p><b>¿Qué se debería hacer para poder tener al menos el 50% de producción propia en los medios locales?</b></p>	<p>La principal solución sería, entrar directamente al manejo de contenidos, por ejemplo manejar más temas que representen la historia de las ciudades que conozcan más de los personajes del medio, tradiciones, cultura, gastronomía. No se debe informar por informar o entretener por entretener, se debe tener una responsabilidad desde todos los que trabajamos en la producción para satisfacer a los televidentes.</p>	<p>Los contenidos de los medios de comunicación convencional, deben reflejar los problemas sociales con sus soluciones, así permitiremos formar una sociedad evolutiva. Estamos claros que un medio televisivo, se compone como un ente de educación para la sociedad y es importante aprovechar este espacio para informar, educar y entretener de la mejor manera a nuestras audiencias.</p>

**Fuente:** Investigadora

**Cuadro No. 15:** Entrevista semiestructurada Tipo 2

<b>ENTREVISTA TIPO 2</b>			
<b>Nombre:</b> Lic. Byron Naranjo			
<b>Cargo:</b> Licenciado en Comunicación y Presentador de Tv en Unimax Canal 34			
<b>Fecha:</b> 28 noviembre de 2017			
<b>Lugar:</b> Provincia Tungurahua, Cantón Ambato			
<b>N°</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN</b>
1	<b>¿Qué aspectos deberían considerarse en la pre producción para elaborar un producto audiovisual de calidad?</b>	El objetivo Para quien se hace es decir el público objetivo Para que se hace con qué fin Los contenidos Los recursos económicos	Es importante considerar los objetivos del medio televisivo, pues estos nos llevarán a encaminar la producción audiovisual y presentar los contenidos que nuestras audiencias necesitan.
2	<b>¿Qué procedimiento se realiza en una postproducción, para obtener el resultado del producto final audiovisual?</b>	Que las imágenes se relacionen con el contenido Un lenguaje adecuado Estructura adecuada del texto completado con las imágenes	La post-producción audiovisual es el paso para difundir los contenidos a las audiencias, es tan importante construir aprendizaje en los contenidos que permitan completar las expectativas de las audiencias.
3	<b>¿Qué impacto cree Ud. Cómo profesional, que genera en la tele audiencia una a producción de baja calidad?</b>	Distanciamiento restricción hacia el medio, falta de interés, no llama mucho la atención	La baja calidad en la producción de contenidos, actualmente, causa restricción por las audiencias catalogando a la producción nacional como “mala” es por esto que se vuelve importante renovar los formatos y contenidos de las producciones.
4	<b>¿Cómo profesional, que piensa Ud. Qué debería contener una parrilla de programación de un medio local?</b>	A través de un mapeo social se debe consultar a la gente que necesita y que esto llene la parte educativa, formativa y cultural	La importancia de conocer a nuestras audiencias radica en la creación de contenidos, si conocer a que fuentes para a dirigirlos sabremos que crear.

<b>5</b>	<b>¿Qué se debería hacer para poder tener al menos el 50% de producción propia en los medios locales?</b>	<p>Invertir, apostararle al talento local</p> <p>Generar productos de la cotidianidad de la sociedad</p> <p>Se necesita sobre todo que los medios dejen de pensar como empresa sino en servir no solo en generar ganancia sino servicio.</p>	<p>El futuro de la producción audiovisual está en los nuevos profesionales que lleguen a renovar los contenidos, formatos y formas de hacer y producir los contenidos audiovisuales.</p>
----------	---	--	--

**Fuente:** Investigadora

## **VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS**

La reforma y evolución de los formatos y formas de producir los contenidos se convierte en la mejor manera de producir los contenidos audiovisuales de calidad, que permitan a informar, entretener pero sobre todo educar a las nuevas audiencias y solventar sus necesidades.

Se utilizó la entrevista como instrumento de investigación cualitativa, siendo uno de los principales métodos de investigación adoptados para la validación de hipótesis, pues es de vital importancia identificar los problemas y descubrir las necesidades para emprender posibles soluciones que nos permitan identificar los focos de acción.

La producción de contenidos audiovisuales de Élite canal 45, se encuentra en una crisis conceptual, más del 50% de la producción no es auténtica y original del medio televisivo, pues se someten a producciones vanguardistas que suplan los espacios de comunicación de la parrilla de programación.

### **Hipótesis General**

La calidad de la producción audiovisual si incidiría en los contenidos de la parrillada de programación que se difunden en la parrilla de programación en elite canal 45 de la ciudad de Latacunga.

## **Hipótesis Nula**

La calidad de la producción audiovisual no incidiría en los contenidos de la parrillada de programación que se difunden en la parrilla de programación en elite canal 45 de la ciudad de Latacunga.

- **Variable independiente:** Producción Audiovisual
- **Variable dependiente:** Contenidos en la parrilla de programación.

La relación de las variables se proporcional, pues Élite canal 45 atraviesa una crisis de producción de contenidos en su parrilla de programación y las audiencias necesitan ser informadas, educadas y entretenidas por los medios de comunicación cercanos, los mismos que le deben ofrecer una amplia gama de posibilidades de contenidos.

La función central de los medios de comunicación debe presentar una propuesta interesante, pues las audiencias tienen la capacidad de seleccionar las opciones y si un medio televisivo no le brinda lo que necesita va quedando obsoleto, por esto los medios audiovisuales necesitan renovar la producción de contenidos y un fortalecimiento de modelo de negocios que reafirme la posición social del medio.

A continuación, se va a realizar un cuadro conceptual estadístico para la validación de las hipótesis tomando como referencia dos de las preguntas realizadas del guion de las entrevistas fenomenológicas; las cuales se realizaron de los tipos para ejecutar la verificación de la hipótesis:

## VERIFICACIÓN CONCEPTUAL DE LA HIPÓTESIS

### Entrevista semiestructurada Tipo 1

**Cuadro No. 16:** Verificación conceptual de la hipótesis

<b>ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 1</b>		
<b>Pregunta</b>	<b>¿Piensan ustedes que en su parrilla de programación hace falta mayor producción local?</b>	
<b>Entrevistado</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Respuesta</b>	<p>Si, debido a la falta de apoyo que tenemos por parte de las empresas, pues nos hace falta auspiciantes que confíen en la calidad de nuestra producción, la misma que necesita de inversión para que sea de calidad. La gente busca lo más barato y obviamente no les importa la calidad sino la cantidad. Además necesitamos recursos significativos para tener mayor producción local, tanto económico como humano, ya que son pocos los profesionales que se dedican de lleno a realizar producciones, debido a que no lo ven muy lucrativo.</p>	<p>Claro, como mencionaba por falta de recursos no podemos cubrir las necesidades de todo nuestro público objetivo, hace falta mayor apoyo para el talento local y que nos reconozcan más como profesionales.</p>
<b>Resultado</b>	<p>La falta de recursos económicos, es una de las barreras que atraviesa Élite canal 45, pues esta limitación no le permite producir y editar los contenidos y adquirir equipamiento técnico, tecnológico y humano de manera profesional en referencia a otras producciones, sin embargo, la limitación profesional supone la primera barrera para la producción de contenidos de calidad.</p>	

**Fuente:** Investigadora

## VERIFICACIÓN CONCEPTUAL DE LA HIPÓTESIS

### Entrevista semiestructurada Tipo 1

**Cuadro No. 17:** Verificación conceptual de la hipótesis

<b>ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 1</b>		
<b>Pregunta</b>	<b>¿Cuántos programas de producción propia son parte de la parrilla de programación?</b>	
<b>Entrevistado</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Respuesta</b>	<p>Se puede decir que un 25 %: Programa político</p> <p>Noticieros y sus reprises</p> <p>Programa de opción con la comunidad “Última Palabra”</p> <p>Cortos de campañas con temática de razón social: en contra del abuso infantil, maltrato a la mujer, violencia, cuidado del ecosistema, etc.</p>	<p>El noticiero</p> <p>Programas de opinión</p> <p>Un programa de entretenimiento</p> <p>Cortos que son campañas con fines de concientización a la sociedad.</p>
<b>Resultado</b>	<p>El decir que un medio de comunicación televisivo que trasmite día a día incluso fines de semana y feriados tenga un 25% de producción propia, es representar una crisis de producción de contenidos. Las audiencias no buscar encender su televisor y ver los mismos programas repetitivos, buscan en este medio de comunicación, entretenerse y a la vez informarse y si es de su sector este contenido va a llamar su atención.</p>	

**Fuente:** Investigadora



## VERIFICACIÓN CONCEPTUAL DE LA HIPÓTESIS

### Entrevista semiestructurada Tipo 2

**Cuadro No. 18:** Verificación conceptual de la hipótesis

<b>ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 2</b>		
<b>Pregunta</b>	<b>¿Qué impacto cree Ud. Como profesional, que genera en la tele audiencia una a producción de baja calidad?</b>	
<b>Entrevistado</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Respuesta</b>	Ningún impacto, debido a que una producción de baja calidad no llega al televidente, además que ahora es mucho más fácil acceder a una producción extranjera a través de la televisión por cable, y lo que se consigue es que la gente prefiera producción de afuera y no la producción nacional.	Distanciamiento restricción hacia el medio, falta de interés, no llama mucho la atención
<b>Resultado</b>	Estamos claros que los contenidos de los medios televisivos es la presentación y deber reflejar calidad, Élite canal 45 al no emitir contenidos propios de calidad, no solo pierde credibilidad sino la oportunidad de renovar la producción televisiva pues, la baja calidad en la producción de contenidos, actualmente, causa restricción por las audiencias catalogando a la producción nacional como “mala” es por esto que se vuelve importante renovar los formatos y contenidos de las producciones.	

**Fuente:** Investigadora

## VERIFICACIÓN CONCEPTUAL DE LA HIPÓTESIS

### Entrevista semiestructurada Tipo 2

**Cuadro No. 19:** Verificación conceptual de la hipótesis

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 2		
<b>Pregunta</b>	<b>¿Qué se debería hacer para poder tener al menos el 50% de producción propia en los medios locales?</b>	
<b>Entrevistado</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Respuesta</b>	La principal solución sería, entrar directamente al manejo de contenidos, por ejemplo manejar más temas que representen la historia de las ciudades que conozcan más de los personajes del medio, tradiciones, cultura, gastronomía. No se debe informar por informar o entretener por entretener, se debe tener una responsabilidad desde todos los que trabajamos en la producción para satisfacer a los televidentes.	Invertir, apostararle al talento local; generar productos de la cotidianidad de la sociedad. Se necesita sobre todo que los medios dejen de pensar como empresa sino en servir no solo en generar ganancia sino servicio.
<b>Resultado</b>	El futuro de la producción audiovisual está en los nuevos profesionales que lleguen a renovar los contenidos, formatos y formas de hacer y producir los contenidos audiovisuales, pues los contenidos de los medios de comunicación convencional, deben reflejar los problemas sociales con sus soluciones, así permitiremos formar una sociedad evolutiva.	

**Fuente:** Investigadora

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Al realizar la investigación y el análisis de resultados en base a una interpretación de rangos y probabilidades utilizados en el método de investigación calificable, permitió llegar a ciertas conclusiones que dan paso o proponer alternativas de solución para la producción de contenidos de Élite canal 45:

#### **CONCLUSIONES**

- Élite canal 45, es un medio televisivo que ofrece información local a la provincia de Cotopaxi, sus contenidos se los realiza sin un previo estudio de segmentación de mercado, es decir, entregan su información a una audiencia desconocida.
- La presentación de los contenidos expuestos en la parrilla de programación, no representar un alto porcentaje de producción original pues solo el 25% es de producción auténtica y el otro 75% representa contenidos enlatados
- El manejo de un plan de trabajo en la pre-producción es fundamental, sin embargo, los contenidos no son pre organizados en base a una planificación técnica, los presentados son los que lanzan ideas alternas sin estar sujetas a un pre –estudio.
- Los contenidos presentados en la parrilla de programación, no representan interés, innovación y frescura, las ideas de producir son convencionales, generando contenidos monótonos a una audiencia cambiante.
- La falta de recursos económicos, supone una gran barrera para la producción, edición y difusión de contenidos en este medio televisivo, pues la calidad se reduce al presentar la información en las franjas horarias.
- Uno de los componentes importante para la buena producción audiovisual es la existencia de profesionales competentes, que quiera renovar los formatos y adentrarse en el mundo de un periodismo investigativo que busque solventar las necesidades de las audiencias y en Élite canal 45 es escaso.

- Elite canal 45, como medio televisivo vanguardista, no cuenta con una página web, fan page ni ninguna otra herramienta digital que permita mediatizar sus contenidos y fortalecer la imagen del medio en su audiencia.
- Los contenidos no representan las problemáticas sociales de su audiencia, mucho menos permiten resolver necesidades en base a una información entretenida, informativa y educativa.

## **RECOMENDACIONES**

- Es importa realizar un estudio de mercado en la provincia de Cotopaxi, en las que se pueda obtener información local sobre la producción de contenidos, los cuales deben abarcar las problemáticas sociales y permitir alternativas de información que logren solucionarlas.
- Proponer y disponer contenidos de producción local, los cuales estén encaminados a representar a las audiencias segmentadas, en base a los resultados de segmentación, se podrá crear nuevos contenidos especializados.
- Elaborar un plan de trabajo semestral y un guion técnico mensual, que permita planificar las actividades a desarrollarse tanto técnicamente como ejecutivamente, esto permitirá organizar las funciones y los contenidos.
- Ejecutar un plan de contenidos, con ideas renovadoras de producción enfocadas a representar los problemas sociales y a fomentar la educación cultural en base a contenidos entretenidos con producción de calidad.
- Elaborar estrategias de financiamiento para las industrias productoras, si la parrilla de programación va dirigida a las audiencias segmentadas, es importante encontrar auspiciantes que también busquen llegar a nuestras audiencias.
- Invertir y apostar en capacitaciones para los periodistas convencionales, herramientas digitales de programación y periodismo investigativo, logrará dar un tinte especial a la creación de contenidos permitiendo lograr reformar los formatos de producción.
- Es fundamental crear los ejes de difusión y mediatización de los contenidos, trabajar con plataformas digitales que permitan fortalecer la imagen del medio

y a la vez difundir los contenidos de la parrilla de programación, logra crea más contacto con la audiencia.

- Elaborar una buena parrilla de programación, digitalizar y segmentada en: tiempo, recursos, contenidos y audiencias; esto permitirá que los productos puedan reflejar las situaciones reales que viven diariamente los televidentes y permita crear apropiación de contenidos y mejor aún de medio televisivo.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

**Tema:**

Renovación de la parrilla de programación de Élite canal 45

**DATOS INFORMATIVOS**

**Unidad Ejecutora:**

Élite canal 45

**Beneficiarios:**

Medio de comunicación - Élite canal 45

Teleaudiencia del medio de comunicación

**Ubicación:**

Provincia: Cotopaxi

Cantón: Latacunga

**Tiempo Estimado para la Realización:**

Tres meses para ejecutar la propuesta

**Equipo Técnico Responsable:**

Equipo Técnico de Élite canal 45

Linda Villacís (Investigadora)

## Costo

**Cuadro No. 20:** Requerimientos del programa

<b>REQUERIMIENTO</b>		
<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>VALOR (USD)</b>
1	Productor	850
2	Presentador	1600
1	Guionista	800
2	Camarógrafo	1000
1	Editor	800
<b>TOTAL</b>	5,050.00	

**Fuente:** Investigadora

## ANTECEDENTE DE LA PROPUESTA

Se realizó la investigación cualitativa y cuantitativa para determinar el problema central y saber sí ¿Los escasos conocimientos y especialización en producción audiovisual, genera contenidos tradicionalistas que no suplen las necesidades de los nuevos espectadores desvalorizando la producción ecuatoriana?

Élite Canal 45, es un medio local con cobertura periodística en la provincia de Cotopaxi, la producción se contenidos propios y originales del canal se valorizan en un 2%, mientras que la demás producción se basa en contenidos enlatados, estos no representan una información valiosa para las audiencias, la baja de calidad del producción y difusión de contenidos no permite completar las expectativas de los televidentes

La pre-producción de contenidos remite a la planificación en base a un plan de trabajo y un guion técnico, el cual permite organizar y reorganizar la información previa a difundirse y así lograr obtener resultados óptimos en la producción de contenidos audiovisuales de carácter cultural-informativo, mientras que el equipo técnico, no

cuentan con una organización al elaborar la parrilla de programación y se ve reflejado en los números de los espectadores quiénes no perciben contenidos de calidad.

La insuficiente producción de contenidos informativos y formativos que a la vez entretengan se basa en la escasa profesionalización de los periodistas encargados de la edición y producción, contenidos que no logran solventar las necesidades de las nuevas audiencias, quienes buscan formatos investigativos y periodísticos multimedia. En producción de medios audiovisuales, se torna importante lograr presentar una parrilla de programación fresca, original e informativa y esto se logra con unos periodistas especializados y listos en generar contenidos que impacten las masas.; Élite canal 45 cuenta con un equipo técnico pequeño, quiénes realizan las funciones convencionales del medio, proponer contenidos nuevos para una sociedad dinámica, es el desafío constante de los periodistas especializados.

La imagen corporativa del medio televisivo no está arraigada a la audiencia cotopaxenses pues no existen canal de comunicación que permitan difundir la información y mucho menos la imagen que le medio busca proyectar; sin un buen manejo de comunicación externa ninguna empresa, medio o institución va a lograr concentrar la audiencia deseada.

## **JUSTIFICACIÓN**

La producción audiovisual necesita de planificación, organización y una excelente ejecución, sin embargo, en Élite canal 45 las falencias de producción no logran involucrar recursos óptimos para la difusión de los contenidos de la parrilla de programación sin lograr obtener el capital adecuado, los canales de difusión óptimos y el trabajo ejecutorio.

Es necesario que el medio audiovisual, permita sobrellevar una pre-producción, producción y post-producción que logre solventar las necesidades de las audiencias con contenidos que formen, eduquen y sobre todo entretengan a las familias, esto logrará crear una producción exitosa.



¿Qué contenidos se están difundiendo correctamente? ¿Por qué la información no refleja problemas sociales de territorio? Son preguntas que nos ponen a reflexionar sobre el accionar técnico del medio de comunicación y más aún de las instituciones educativas que se encargan de formar a los profesionales.

Es por esto que necesitamos medios de comunicación comprometidos con la sociedad en brindar un periodismo de investigación con calidad y calidez, a la altura de las nuevas audiencias que necesitan historias con interés humano, interesadas en contenidos con formación cultural y que estos no sean productos enlatados, sino productos originales que reflejen problemáticas sectoriales de territorio.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general:**

- Diseñar una nueva producción de contenidos para una estación de TV.
- Fortalecer la parrilla de programación en Élite canal 45 en base a un estudio de audiencia para cumplir con formatos renovados con historias de interés humano.

### **Objetivos específicos:**

- Elaborar un guion técnico
- Elaborar un guion literario
- En base al estudio de audiencia elaborar la parrilla de programación
- Desarrollar nuevos contenidos entretenidos, informativos y culturales basados en situaciones sociales de la audiencia de Élite canal 45.
- Segmentar la audiencia

## ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

La objetivación del periodismo convencional se basa en informar a las masas, pero la objetivación del periodismo investigativo busca solventar las necesidades de las audiencias, con información entretenida, que eduque y forme la cultura social; si partimos por este propósito de los medios de comunicación, cada institución productora de medios audiovisuales, debe estar dispuesta a renovar constantemente la producción y los formatos para adaptarse a una sociedad dinámica que necesita un periodismo que trascienda más allá de solo informar.

Élite Canal 45, se caracteriza por ser un medio que busca innovar constantemente sus procesos según Cristian del Toro, productor general. Por lo tanto, no es imposible considerar una renovación de procesos de producción y difusión de contenidos de la parrilla de programación, la investigación se centra en la manera de crear nuevos contenidos dirigidos a una audiencia segmentada y que el medio conoce y logra suplir las necesidades informativas.

El medio de comunicación audiovisual objeto de estudio, no descarta la posibilidad de fortalecer la imagen corporativa mediante la aplicación de canales informativos que faciliten un nuevo contacto ciudadano, a la vez, permiten la posibilidad de renovar contenidos con métodos y formatos multimedia, los mismos que se adaptan a las nuevas audiencias y sus necesidades de una sociedad dinámica dispuesta al cambio social-cultural.

El equipo técnico de Élite canal 45, está dispuesto en apostar por el desarrollo social y formativo de su medio de comunicación, con esto lograrán crear desafíos periodísticos que permitirán fortalecer el periodismo convencional de la provincia de Cotopaxi, tornándose la oportunidad de crear cambios comunicacionales que brinden productos de calidad de diseño y edición. La difusión de contenidos y mejorar la imagen corporativa del medio es un proceso que vale la pena tomar, pues concederá el aporte renovador que el medio necesita y más que eso que el periodismo y las audiencias lo merecen. La inversión económica no es alta, la inversión intelectual y capacidad de renovación es la que generará el cambio de metodología y acciones de renovación

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

La necesidad a la que se ven sometidos los medios de comunicación audiovisuales se basa en la producción y distribución de contenidos audiovisuales, con la avanzada producción de contenidos digitales la competencia de producción cada vez se refuerza causando impacto y crisis en los medios convencionales de información.

Los productores audiovisuales atraviesan por una oportunidad de negocio de contenidos y modelo de negocios productivos (López, 2013), pues los medios televisivos se convierten en una carta de presentación en la cual el espectador tiene la capacidad de elegir lo que desea ver y no lo que, estas nuevas audiencias con el poder de elegir y a la vez proponer contenidos buscan medios que brinden nuevos formatos con productos diferentes.

La participación de las audiencias en la selección de contenidos audiovisuales, suponen un mayor énfasis de selección, calidad y capacidad de producción al desarrollar fórmulas nuevas para adaptar la cultura convencional a una cultura dinámica; las innovaciones técnicas ofrecen adaptabilidad y transformación para el periodismo convencional.

Hablar de productos audiovisuales tradicionales es hablar de un medio de comunicación en proceso de agonía *“Nacen nuevas formas de ver y producir televisión Ahora bien, realmente se están creando nuevos contenidos o por el contrario se están adaptando y transformando los contenidos ya existentes”* (López, 2013), Élite canal 45, se ve envuelto en la necesidad de reformar los contenidos y mejorar los procesos de producción y difusión al que se someten sus contenidos audiovisuales.

## **RENOVACIÓN DE PRODUCTOS**

¿Cómo renovar los formatos de producción de contenidos de medios convencionales?  
¿Estamos solventando las necesidades de las audiencias? Son preguntas que los productores de medios audiovisuales deben empezar a resolver para realizar productos

audiovisuales de calidad enfatizando el accionar investigativo que implicar el hacer periodismo.

La creación de contenidos audiovisuales debes estar entrelazados con la televisión, contenidos para la web y adaptados para medios móviles, los cuales se diseñan para un público digitalizado, estos contenidos se los presenta de manera espontánea con información corta e ilustrada optando por imágenes que resalten procesos de adaptación cultural.

La renovación de contenidos y renovación de formatos, permite mejorar la calidad de los productos del medio audiovisual, la interacción digital posibilita la interactividad y crea empoderamiento en las audiencias “En la televisión por internet, la audiencia asume roles protagónicos en la producción de contenidos” (López, 2013), pensar en asociar los contenidos televisivos por medios digitales supone un aire renovador al periodismo convencional.

## **EL GUIÓN DE PRODUCCIÓN**

El guion es uno de los principales pasos para la continuidad de un producto audiovisual, debe estar pensado para *el registro*, registro de datos, imágenes, textos incluso los audios a utilizarse, nace con una intención significativa: *compartir las ideas y fragmentos de producción* (Rodríguez, 2016), el concretar una idea general que permita plasmarla al edificar la producción, la cual se enriquece por el aporte del equipo técnico.

Al hablar de producir y reproducir formatos audiovisuales, es importante tomar en cuenta el esquema va más allá de la literatura cineasta, pues busca resaltar la paradoja de ficción y la investigación periodística, el unir estas dos características en los guiones de producción, permitirá sobrepasar los estándares ofrecidos por las industrias convencionales de producción audiovisual.

## **Ficción y no ficción**

Es determinante la relación entre la acción controlada con la ficción y la no controlada con la no ficción y permitírnos reconocer las cualidades de cada una (Rodríguez, 2016), pues la ficción es considerado aquello no real y que es producto de nuestra mente (imaginación), produce resultados exagerados en programas televisivos que pueden sobrepasar la realidad social y es importante evitar a la hora de producir contenidos basados en hechos ficticios, pues la credibilidad disminuye del medio disminuirá en tiempo y espacio.

Por otra parte, los medios informativos se encuentran destinados a recrear escenarios para mantener informada a la sociedad y en el caso de productos audiovisuales se necesita de actores para desarrollar las tramas y permitir contar historias de interés humano y cultura social que impacten a las audiencias y así lograr captar mayor número de avances investigativos del medio televisivo.

## **Periodismo con Convicción**

Los espectadores están cada vez a la vanguardia de producción y difusión de contenidos, se torna crucial la relación de audiencia con medios de información y periodistas con convicción intelectual y es importante abordar el tema de la profesionalización de la producción de contenidos para examinar el proceso de difusión y adaptación de la sociedad.

La propaganda ideológica que nos vendes los medios de comunicación al crear productos audiovisuales, se basa en una sesgada creencia de periodistas capacitada en resolver los problemas comunicacionales de una época diferente a la convencional y pensada por años, sin embargo es importante empezar a crear profesionales con convicción y visión periodística dispuestos a manejar los procesos de comunicación en base a las distribuciones periodística que sugiere una sociedad avanzada y dinámica, no podemos seguir pensando en continuar con formatos audiovisuales convencionales en una sociedad que cada día avanza con un fenómeno llamado tecnología.

**Cuadro N° 21:** Modelo Operativo-Metodología-Plan de Acción

<b>FASE</b>	<b>METAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>SENSIBILIZACIÓN</b>	. Aprobar y coordinar la aplicación del proyecto propuesto	. Reunión con el equipo técnico del medio televisivo . Presentación del proyecto . Debate del proyecto de propuesta a aplicarse	. Recurso Humano . Útiles de oficina . Proyector gráfico	Investigadora	1 semana
<b>PLANIFICACIÓN</b>	Organizar los contenidos de la parrilla de programación Capacitar sobre difusión de contenidos en medios digitales	. Planificar el desarrollo de los productos audiovisuales . Contratación de personal capacitado . Difusión de los productos audiovisuales	.Recursos Económicos . Recurso Humano . Útiles de oficina	. Investigadora . Equipo técnico del medio de comunicación	2 semanas
<b>IMPLEMENTACIÓN</b>	Embazar los contenidos audiovisuales	. Determinación de funciones . Determinación y distribución de temas	.Recursos Económicos . Recursos Humanos . Útiles de oficina	. Investigadora . Autoridades	. 2 semanas
<b>EVALUACIÓN</b>	. Evaluar si contenidos lograron captar la atención de la audiencia	. Entrevistas y encuestas con las audiencias	. Recursos Humanos . Recursos Materiales . Útiles de oficina	. Investigadora	. 2 semanas

**Fuente:** Investigadora

**Cuadro No. 22:** Administración

<b>N°</b>	<b>PLANIFICACIÓN</b>	<b>ORGANIZACIÓN</b>	<b>COORDINACIÓN</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CONTROL</b>
<b>1</b>	Elaboración de la propuesta	Investigadora Tutor	Investigadora Tutor	Investigadora Tutor	Investigadora Tutor
<b>2</b>	Presentación de la propuesta	Investigadora	Investigadora	Investigadora Tutor	Investigadora
<b>3</b>	Análisis de la propuesta	Equipo técnico de Élite canal 45 Investigadora	Equipo técnico de Élite canal 45	Equipo técnico de Élite canal 45 Tutor	Equipo técnico de Élite canal 45
<b>4</b>	Aprobación de la propuesta	Equipo técnico de Élite canal 45 Investigadora	Equipo técnico de Élite canal 45	Equipo técnico de Élite canal 45 Tutor	Equipo técnico de Élite canal 45
<b>5</b>	Ejecución de la propuesta	Equipo técnico de Élite canal 45 Investigadora	Equipo técnico de Élite canal 45 Investigadora	Equipo técnico de Élite canal 45 Investigadora	Equipo técnico de Élite canal 45 Investigadora

**Fuente:** Investigadora

**Cuadro No. 23:** Modelo de programa audiovisual

<b>MODELO DE PROGRAMA AUDIOVISUAL</b>			
<b>Segmento</b>	<b>Descripción</b>	<b>Género</b>	<b>Duración</b>
Viviendo en Cotopaxi	El programa permite conocer los aspectos culturales, turísticos, gastronómicos de la provincia de Cotopaxi; la investigación, orientación y esparcimiento va a lograr describir lo que encierra los cantones de esta provincia. El objetivo principal es dar a conocer a la audiencia lo que significa vivir en Cotopaxi.	Reportaje, Interpretativo, Entrevista	50 min
Leyendas sin respuestas	Este segmento, permitirá difundir aquellas historias, mitos y leyendas que toda provincia encierra, gracias a la investigación podremos dar a conocer la mitografía de los cantones, volcanes, geografía incluso aquellos mitos que encierra la cultura cotopaxense.	Reportaje, Interpretativo, Entrevista	50 min

**Fuente:** Investigadora



**Cuadro No. 24:** Descripción del segmento “Viviendo en Cotopaxi”

<b>VIVIENDO EN COTOPAXI</b>			
<b>SINOPSIS</b>	<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>GÉNERO Y FORMATO</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>
Refleja la realidad cultural, gastronómica, turística y social de la provincia de Tungurahua, los reportajes audiovisuales serán destinados en aportar semana a semana con realidades ocultas que permitan conocer los diferentes cantones de esta provincia.	La producción es de carácter informativo, cultural y de entretenimiento, pensado para un target familiar; comprendido entre 13 años en adelante.	Es importante pensar en un periodismo completo, los productos estén realizados con reportaje, entrevistas, géneros interpretativos y formatos multimedia que describan la realidad de manera totalizada	La producción será pregrabada, cada semana se realizará la investigación de un lugar diferente, en el que se deberá explicar las gastronomía, cultura y turismo, involucrando personajes del sector como principales actores de la comunicación.
<b>Objetivo:</b> Describir y descubrir las riquezas culturales, gastronómicas, turísticas y sociales de cada rincón geográfico de la provincia de Cotopaxi.			

**Fuente:** Investigadora

**Cuadro No. 25:** Descripción del segmento “Leyendas sin respuestas”

<b>LEYENDAS SIN RESPUESTAS</b>			
<b>SINOPSIS</b>	<b>PÚBLICO OBJETIVO</b>	<b>GÉNERO Y FORMATO</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>
Este segmento permite describir las historias que cada lugar de la provincia de Cotopaxi encierra en los libros antiguos, dar a conocer las menciones culturales, logrará despertar la curiosidad de las audiencias y si le agregamos una buena producción atraeremos televidentes interesados por su provincia y otros por conocer Cotopaxi.	La producción es de carácter informativo, cultural y de entretenimiento, pensado para un target familiar; comprendido entre 13 años en adelante.	Es importante pensar en un periodismo completo, los productos estén realizados con reportaje, entrevistas, géneros interpretativos y formatos multimedia que describan la realidad de manera totalizada.	La realización del segmento se lo prevé presentar pregrabado, para permitir una buena edición y masterización de contenidos ligados a una producción de calidad. Con entrevistas a profundidad podremos destacar las leyendas más antiguas de la provincia.
<b>Objetivo:</b> Contar historias de interés humano y social a través de leyendas que la provincia de Cotopaxi para entretener y educar a la audiencia.			

**Fuente:** Investigadora

## FORTALECIMIENTO DE IMAGEN CORPORATIVA

Hablamos de fusionar los elementos digitales con los elementos del periodismo convencional, Élite canal 45, no cuenta con un medio digital de difusión de contenidos, es importante pensar en renovar los formatos y la manera de difundir los contenidos, la creación de un FANPAGE (página de Facebook), permitirá crear más contacto ciudadano y logrará sectorizar su audiencia, pues la publicación constante de contenidos, información volátil, dará la presencia del medio televisivo en su audiencia.

### FAN PAGE “ÉLITE CANAL 45”

#### Gráfico No. 15: Creación de un fanpage

##### Crear una página

Da a conocer tu marca, negocio o causa en Facebook y conéctalos con las personas que te importan.  
Puedes crearla de forma gratuita. Solo tienes que elegir un tipo de página para empezar.



**Fuente:** Investigadora

Facebook, es una de las plataformas digitales con más acogida por las empresas o instituciones que buscan promocionar sus productos o servicios, pues te permite sectorizar que tipo de institución eres, para seleccionar el público objetivo destinado a consumir las ofertas.

**Gráfico No. 16:** Fanpage de Elite canal 45



**Fuente:** Investigadora

### **Community Manager**

Publicar constantemente sobre los contenidos, entrevistas y segmentos del canal, permitirá mantener informada constantemente a la audiencia, la presencia de un community manager, es sumamente importante para difundir contenidos y fortalecer la imagen del medio de comunicación por medio de las plataformas digitales.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Abadia, J. M. (1988). *INTRODUCCION A LA TECNOLOGIA AUDIOVISUAL: TELEVISION, VIDEO, RADIO*. Barcelona: Paidós Ibérica.
2. Abellán, A. (29 de julio de 2017). *RED frame*. Recuperado el 20 de diciembre de 2017, de <http://productoravideomarketing.es/produccion-audiovisual-definicion-etapas>
3. Alberto, L. V. (2005). *Métodos estadísticos para medir, describir y controlar la viabilidad*. Cantabria: Textos Universitarios, Ciencias Experimentales .
4. Alvarado, F. S. (2016). *Publicaciones Estudiantiles*. Recuperado el 31 de diciembre de 2017, de <https://aiu.edu/publications/student/spanish/180-207/TV%20PRODUCTION.html>
5. Amador, M. G. (29 de mayo de 2009). *Metodología de la Investigación*. Recuperado el 05 de enero de 2018, de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html>
6. Borghi, A. (2013). GUIÓN... Cómo escribirlo mejor. *Cortos Verdi International*.
7. Camus, J. C. (2009). *Tienes 5 segundos*. Chile.
8. Carmona, R. (2010). *Cómo se comenta un texto fílmico*. España: Catedra.
9. CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA . (2010). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)*. Recuperado el lunes de mayo de 2017, de [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com)
10. Comunicación, L. O. (2013). *Art. 102*. Ecuador.
11. Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. (27 de enero de 2015). *Televisión con derechos*. Recuperado el 2 de enero de 2018, de <http://www.cordicom.gob.ec/television-con-derechos/>
12. Cruacianelli, S. (2013). *Herramientas Digitales para periodistas*. USA: Knight Center de la Universidad de Texas.
13. Dra. María Isabel Punín Larrea, D. D. ( Junio-Septiembre, 2014. ). El periodista digital en Ecuador. Reflexiones desde la academia. . *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.* , 10.
14. Espinel, R. (20 de 12 de 2016). *Producción Audiovisual.com*. Recuperado el 31 de diciembre de 2017, de <https://produccionaudiovisual.com/produccion->

- video-digital/7-cifras-sobre-video-digital-que-debes-conocer-antes-de-que-acabe-2016/
15. Estudio de Sectores Emergentes, Producción Audiovisual. (2007). *Guía de negocio, producción audiovisual*. España: Centro Municipal de Empresas, adiestramiento de Gijón.
  16. Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales. (2017). Recuperado el 2017, de Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales:  
<http://jurisprudencia.uta.edu.ec/>
  17. Fernández, M. d. (marzo de 2010). La prensa de papel frente a los nuevos medios: *Virtualis*.
  18. Fernández-Quijada, D. (2010). *La industria de producción televisiva independiente, retos y perspectivas ante la transición digital*. España: zer.
  19. Fondevila, J. F. (2014). El uso de hipertexto, multimedia e interactividad en periodismo digital: propuesta metodológica de ranking de calidad. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 55-76.
  20. Franco, G. (2008). *¿Cómo escribir para web?* Colombia: Knight Center of Journalism.
  21. Franco, G. (2009). *El impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe*. Austin, Texas: Centro Knight.
  22. Fundamedios. (marzo de 2012). *Fundamedios*. Recuperado el abril de 2017, de <http://www.fundamedios.org/medios-digitales-aumentan-en-ecuador/>
  23. GAMA TV. (03 de enero de 2018). *Gama TV*. Obtenido de <http://www.gamavision.com.ec/>
  24. Gea, C. G. (2000). TELEVISIÓN Y CALIDAD: PERSPECTIVAS DE INVESTIGACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN. *Revista de Estudios de Comunicaciones*.
  25. Gonzales, F. (2008). *Falta de credibilidad y el declive de la prensa escrita*. Madrid: Cuaderno de Periodistas.
  26. Gutierrez, C., & Gutierrez, R. (14 de marzo de 2009). Las malas nuevas de la prensa escrita. *El Espectador*, pág. 2.
  27. Hernando, M. C. (2000). *El Nuevo periodismo de la Ciencia*. Quito: Editoria CIESPAL.

28. Jaunarena, J. (2005). LAS ETAPAS DEL PROCESO DE REALIZACIÓN .  
*LAS ETAPAS DEL PROCESO DE REALIZACIÓN* . España.
29. Jiménez, X. (29 de junio de 2015). La producción audiovisual como actividad empresarial. *Estrategias de Investigación en Comunicación*. Quito, Ecuador.
30. José Javier Marzal Felici, J. I.-R. (2015). *La crisis de la televisión pública y el cierre de RTVV como síntoma*. España: Aldea Global.
31. Laplacette, D. C. (2009). *La libertad de expresión y la ley de servicios de comunicación audiovisual*.
32. Liendo, I. C. (2010). Pensar para la producción audiovisual multiplataforma para la televisión digital. *Pangea*, 199 – 213.
33. López, S. R. (2013). LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN INTERNET Y SU IMPACTO EN LA TELEVISIÓN. *RAZÓN Y PALABRA*.
34. Lopez, T. (agosto de 2013). *Tony Lopez*. Obtenido de <http://tonnylp.blogspot.com/2013/08/periodista-digital-una-definicion-en.html#.V4Q8T9LhDMw>
35. Lorrente y Cuenca. (2013). *Panorama de prensa latinoamericana "El boom antes de afrontar el desafío del internet"*. Madrid: Lorrente y Cuenca.
36. Madedo, J. M. (2013). *La Industria audiovisual*. Argentina: Palermo Bussines Review.
37. Madrid, B. (27 de Octubre de 2009). Los 25 periódicos de EEUU, pierden mas lectores. *ABC.es*, pág. 4.
38. Media Productora Audiovisual. (enero de 2017). Obtenido de <http://medya-audiovisual.com/fases-de-la-produccion-audiovisual/>
39. Merino, J. P. (2015). *Definición*. Recuperado el 05 de enero de 2018, de <https://definicion.de/parrilla/>
40. Milton Arévalo, J. C. (18 de septiembre de 2007). *Propuesta del proyecto consola de radio/tv en Linux Debian Etch*. Santa Ana, El Salvador.
41. Mioli, T. (11 de Febrero de 2016). *PERIODISMO EN LAS AMERICAS*. Recuperado el 6 de diciembre de 2016, de PERIODISMO EN LAS AMERICAS: <https://knightcenter.utexas.edu/es/blog/00-16673-periodismo-digital-crece-en-america-latina-pero-su-sostenibilidad-financiera-sigue-sie>

42. Montero, M. G. (junio de 2012). *Análisis sobre la producción audiovisual en programas infantiles en la ciudad de Quito entre los años de 2010-2011*. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
43. Mora, E. A. (2012). LA PRENSA EN LA HISTORIA DEL ECUADOR: *Boletín informativo Spondylus* , 26.
44. Nuñez, V. (19 de Mayo de 2015). *Wilma Nuñez*. Recuperado el 03 de enero de 2018, de <https://vilmanunez.com/como-crear-un-plan-de-contenidos-en-seis-pasos-incluye-ejemplo-y-plantilla/>
45. Ramon Muñoz. (2009). *La revolución de la prensa digital*. Madrid: Evocca comunicación e imagen.
46. Reinoso, S. (27 de septiembre de 2007). *La Nación*. Recuperado el 1 de enero de 2018, de <http://www.lanacion.com.ar/947813-presentan-propuestas-para-mejorar-los-contenidos-de-la-tv>
47. Rezabala, L. (9 de enero de 2011). *Equipos que se necesitan en la Producción Audiovisual*. Recuperado el 31 de diciembre de 2017, de <https://leonardorezabala12.wordpress.com/2011/01/09/14/>
48. Rius, J. C. (27 de junio de 2013). Periodismo en reconstrucción. *Periodismo en reconstrucción: la otra cara de la prensa escrita*. España, Bellaterra.
49. Rodriguez, D. P. (2016). *Diseño y guiones para audiovisual*. Mexico: Casa abierta al tiempo.
50. Roel, L. F. (2014). LAS ACTUALES ESTRATEGIAS DE PROGRAMACIÓN DE LA TDT EN ESPAÑA: *Razón y Palabra*.
51. RTV, Educación Continua. (19 de Agosto de 2014). *RTV, Educación Continua*. Recuperado el 03 de enero de 2018, de <http://www.rtveducacion.com/como-presentar-un-proyecto-de-television/>
52. Ruiz, A. C. (29 de marzo de 2015). Producción audiovisual, ¿es el momento de Ecuador? *El Telégrafo*.
53. Sadoul, G. (2004). *Historia del Cine Mundial, desde los orígenes*. México: SIGLO XXI (MEXICO).
54. Universidad de Palermo. (2008). *Reflexión Académica en Diseño y Comunicación N° IX* . Buenos Aires.
55. Urdaneta, J. (2007). Redacción en Cibermedios para Comunicadores en Formación. *Razón y Palabra*, 2.



56. Valle, J. C. (2005). La calidad de la producción audiovisual desde el análisis del valor. *Comunicar*, 25-39.

# **ANEXOS**

## RECURSOS

### Recursos Humanos

1. Productor de Élite Canal 45
2. Profesionales en productos audiovisuales
3. Periodistas
4. Audiencia de medios digitales

### Recursos Tecnológicos

1. Grabadora
2. Cámara
3. Computadora

### Recursos Financieros

<b>MATERIALES</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
Transporte	100
Computadora	250
Copias	100
Alimentación	100
Anillados	70
Impresiones	100
Materiales de oficina	50
Empastados	100
Internet	100
Imprevistos	150
<b>TOTAL</b>	<b>1,120\$</b>





**PAPER DE INVESTIGACIÓN**  
**“LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y LOS CONTENIDOS DE LA**  
**PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE ÉLITE CANAL 45”**

**Universidad Técnica de Ambato**  
**Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales**  
**Carrera de Comunicación Social**

**Linda Villacís Narváez**

**Ambato, 2018**

**RESUMEN:** La presente investigación tiene por objetivo, determinar si la producción de contenidos en la parrilla de programación de Élite canal 45, se basa en un proceso íntegro de investigación y si en realidad logra solventar las necesidades de las audiencias de la provincia de Cotopaxi.

Los contenidos de productos audiovisuales deben especializarse en informar, educar a la vez que entretengan al televidente, esta fusión de características conceptuales marcará si el medio de comunicación produce contenidos con calidad logrando responder a las cualidades de un periodismo de investigación especializados. La segmentación de audiencias para la producción de contenidos es primordial para esclarecer una parrilla original evitando reproducir contenidos enlatados sin contenido sectorial; si pensamos en una sociedad dinámica expuesta al cambio contante de facetas comunicacionales, como no vamos a pensar en un periodismo renovado en formatos y difusiones. Es por esto, que se convierte en fundamental estudiar el actual proceso de producción y contenidos de productos audiovisuales de medios televisivos locales, que están mimetizados por un formato convencional y que no logra suplir con las insuficiencias comunicacionales de audiencias quienes buscan contenidos nuevos y renovados.

**PALABRAS CLAVES:** Producción audiovisual, calidad de diseño, renovación de formatos, audiencias, parrilla de programación, pre-producción, post-producción, contenidos audiovisuales.

**ABSTRACT:** The present investigation has for object to establish if the content on the programming guide for channel Elite's 45 is based in a whole process of investigation and if that content can solve the needs from the Cotopaxian audiences. The contents of the audiovisual products must specialize in to inform, to educate and to bring entertainment to the audience. This fusion of conceptual characteristics will set if the channel can or cannot produce high quality contents while it shows a specialized research journalism.

The segmentation of audiences for the production of contents is overriding to clarify an original viewer guide avoiding to play non sectorial content.

If we think in a dynamic society exposed at the constantly changing from communication, how we don't think in a renewed journalism in their formats as well as its diffusion

Is for that reason that is so important to study the present process of production and contents front audiovisual products from local TV media that are mimic for a conventional format that cannot supply with the communication insufficiencies of the audiences who are looking at new content.

**KEY WORDS:** audiovisual production, design quality, format renewal, audiences, programming guide, pre production, post production, audiovisual contents.

## INTRODUCCIÓN

La investigación sobre “La producción audiovisual y los contenidos de la parrilla de programación de Élite Canal 45 de ciudad de Latacunga”, busca identificar los factores de producción y difusión de los contenidos, si estos se centran el asuntos locales en base a una audiencia segmentada y previo a un análisis de contenidos se los realiza con el fin de evaluar la producción audiovisual nacional ¿En verdad los medios de producción audiovisual suplen las necesidades comunicativas de una audiencia dinámica? o ¿Seguimos produciendo y elaborando un periodismo convencional en una sociedad dinámica?, son varias preguntas que buscan respuesta y en este análisis lograremos determinar los resultados y las posibles soluciones para el problema de investigación presentado.

Se torna importante analizar los contenidos de producción de los medios y conocer si llegan a las audiencias adecuadas y en los tiempos necesarios con los contenidos indicados:

En el desarrollo de los capítulos se analiza el problema de investigación basado en un proceso de contenidos informativos, pues el estudiar los contenidos periodísticos no solo involucra al medio de comunicación, también involucra a los actores sociales como los periodistas, instituciones educativas encargadas de educar y formar profesionales competentes que suplan las necesidades de las audiencias

Una de las principales causas por las que no existe una producción televisiva de calidad, es debido a la falta de interés en las Universidades por no incrementar en sus mallas curriculares, materias que especialicen a los estudiantes en esta carrera, esto también debido a la falta de recursos técnicos y económicos que faciliten el aprendizaje. Esto ocasiona que ya en la práctica profesional no existan profesionales altamente capacitados y por ende esto se ve reflejado en la mala producción televisiva y cinematográfica.

La falta de apoyo a la producción nacional, es otro de los factores que desencadenan que muchos profesionales se desanimen a realizar trabajos audiovisuales, pues



muchos pueden tener las capacidades, pero al no contar con los recursos humanos y económicos, sus ideas se estancan y terminan por convertirse solo en escritos.

En la ciudad de Latacunga la producción audiovisual no es valorada, debido a la desvalorización que se le da, pues varios profesionales de la comunicación han realizado trabajos de baja calidad en cuanto a la pre producción y producción de los mismos, esto gracias a que los conocimientos en esta mención son escasos, y esto trae como consecuencia que las personas prefieran una producción extranjera causando desapego por producción Ecuatoriana; esto involucra varios factores decrecientes para la formación de productores audiovisuales ¿Cuál es su rol en una sociedad que no valora su trabajo?.

Proponer una alternativa de solución para la producción de contenidos y renovación de formatos periodísticos en los medios de producción audiovisual nacional; pretender alternativas de solución para una problemática de carácter social-cultural.

### **ANTECEDENTES**

Es importante comprender los componentes y factores determinantes para la producción audiovisual, al hablar de la calidad de objetivo, es aquella producción que es apreciada por el cliente, ya que el paga un precio para mirarla, pues la referencia de contenido y producción es la que ha elegido, por lo que ésta satisface la necesidad del espectador; no obstante, la calidad de conformidad, contiene varios defectos en tanto a contenido, calidad y valor, este sector audiovisual no se esfuerza por brindar algo más allá de lo que siempre estuvo acostumbrado a elaborar, ya sea producción de realitys, producción de tele-revista, etc., siempre haciéndolo de forma asistemática, es decir no presta atención al contenido y menos a la realización.

Son sectores de producción que nos hacen reflexionar sobre la forma de ver la calidad de producción de un ángulo mercantilista y mas no desde un ángulo de contenidos que informe, eduque y entretenga a la audiencia, pues satisfacer las necesidades del espectador es la guía de un comunicador, pero ¿Qué hay en aquellas necesidades de las audiencias que se ven disfrazadas por una cultura monótona en la que prima el amarillismo y sensacionalismo? Siendo los únicos responsables, la

misma producción que acostumbra a este tipo de contenidos, en lugar de proponer una producción de calidad en diseño, contenido y costo.

Al hablar de la producción audiovisual, se la debe visualizar como, la realización de productos y componentes tales como: el contenido, el audio y el video, estas tres plataformas al unirse se convierten en un medio de comunicación audiovisual y estos pueden ser la televisión, el cine o el internet.

Es importante recalcar que, por el hecho de tener que planificar y organizar la manera en la que los recursos serán utilizados, hablando del capital, el medio y el trabajo, se exige prolijidad y orden dentro de la producción audiovisual o multimedia. En realidad, el planteamiento productivo que se hace en una productora de televisión no se diferencia mucho a la de otras empresas. Al igual que todas, en el campo de la producción audiovisual también intervienen factores trascendentales de calidad, plazos y costos, que deben ser cumplidos en todo momento. Sin embargo, una inversión grande de dinero en esta industria, no significa que el producto final vaya a tener éxito.

Sin embargo, se debe tomar en cuenta que los costos que implica una producción exitosa en: contenido, producción y calidad supera la inversión de productoras ecuatorianas, pero ¿Acaso es imposible realizar una producción audiovisual de calidad con poco presupuesto?

Es importante empezar a marcar una diferencia entre: lo costoso y lo necesario, a que nos referimos, pues bien, una buena producción audiovisual no sería nada sin la pre-producción, el guion y un excelente productor con ideales innovadores y frescos que supla las necesidades del telespectador que busca informarse pero a la vez entretenerse y ese es el propósito de un productor, periodista, comunicador “Satisfacer las necesidades de las audiencias”

Las tecnologías digitales han abaratado los medios de producción, difusión y consumo; las plataformas multimedia permiten difundir contenidos en video, audio, escrito y demás formatos que inducen al consumidor a preferir este sector

comunicacional y con esto genera el retroceso de la producción audiovisual, creándose una constante lucha entre medios por difusión y perdiendo el objetivo principal que es el consumidor, en otras palabras, se ha creado una disputa entre la producción tradicional y la producción digital, no es un mito que lo digital resulta más accesible, barato e interesante para el consumidor.

La calidad o la capacidad de la televisión, no son términos cuantitativos que se los puede calificar mediante el valor, pero se puede partir desde los principios, creencias e incluso desde la cultura mirándola con un término diversificado; en la actualidad dar el valor a la calidad se ha convertido en un debate internacional, pues la dificultad aparece cuando tratamos de delimitar este concepto, podemos discernir tres ámbitos: primero la opinión ciudadana, la clarificación en el sector público y finalmente la ideología que tenemos por calidad, como sabemos, todos estos términos son invalorable tomando en cuenta que la comunicación es subjetiva, variable y cambiante, sin embargo, debemos relacionar que la calidad va de la mano con la opinión ciudadana, es decir, nuestros espectadores son quienes dan el veredicto de contenidos de calidad, pero ¿Qué ocurre cuando esta audiencia viene de una sociedad cambiante y dinámica, acaso sus conceptos de producción no variarán? Y esto supone que la producción también debe adaptarse a estos cambios para ir en pos de la sociedad.

### **Lo audiovisual una industria cultural**

La producción de contenidos en las productoras audiovisuales se encuentra en tela de duda, por la reconceptualización de conceptos actuales que difieren de las políticas de creación de este sector; las formas estéticas de un lenguaje audiovisual tiene diferentes formatos tanto emocionales, racionales como expresivos y una gama de posibilidades de producir y difundir contenidos con las plataformas multimedia digitales (Madedo, 2013).

La revolución tecnológica ha permitido la evolución de contenidos, multiplicación de maneras de producción y acelera el proceso de difusión de productos audiovisuales, pues recordemos que lo visual tiene la atención completa de más del

60% de la población mundial. El sector audiovisual se considera como una industria cultural, pues es el medio con más afluencia de espectadores y audiencias significativas; un sector que reúne todos los recursos y requisitos para ser considerada así.

Al hablar de industria, determina un proceso de contenidos simbólicos esenciales para precisar los contenidos de difusión y producción y de procesos económicos mercantilistas, mientras que, al referirnos de cultura, encontramos simetría entre las conjunciones sociales y las reacciones de los espectadores que provocan un conjunto constante de variables; Octavio Gettino, aclara los conceptos claves de contenidos “de qué hablamos cuando hablamos de industrias culturales”.

### **Calidad de Producción**

La creatividad e innovación, son los recursos principales en la producción de contenidos para una exhibición cinematográfica, en los últimos años 33 a 38 millones de espectadores anuales (Madedo, 2013), la televisión tiene relación con la calidad educativa de las audiencias, muchos espectadores en especial los niños adquieren conductas sociales aprehendidas en los medios de comunicación.

El permanente y acelerado proceso de avance tecnológico, permite mejorar la calidad de producción audiovisual y en la difusión en los medios masivos de comunicación (Liendo, 2010), el éxito de los contenidos, está en producir contenidos multiplataformas que logren una eficiencia y eficacia comunicativa pero en diversos formatos que puedan solventar las necesidades informativas de las audiencias; los medios audiovisuales no solo están para entregar contenidos vendibles, es importante tomar conciencia para educar y entretener, esta se convierte en la fórmula de desarrollo de los productos audiovisuales.

Para lograr un mayor impacto en los televidentes, es importante adaptarse a los medios de recepción y difusión, para codificar los mensajes que permitan producir contenidos de mejor calidad y a un costo operativo relacionado con el proceso, lo

importante es conocer las posibilidades de feedback entre audiencias y medios de producción.

Un producto audiovisual multiplataforma se lo considera en base al guion técnico de las fases de producción; producir contenidos y producción en alta calidad y en diversas plataformas, el producto se convierte en distintas plataformas multimedia y se requiere de creatividad audiovisual y un replanteo narrativo pero cambiando la forma, al exhibir contenidos artísticos-culturales relacionados con el crecimiento educativo en la audiencia.

La adaptabilidad de los recursos, herramientas y formatos tecnológicos y principalmente activar un *pensamiento de red* (Liendo, 2010), el productor debe tener un tinte creativo con una visión enfocada en una línea tecnológica. El contenido audiovisual, como un producto sucesor de imágenes y/o audio incluye todos los contenidos cinematográficos, televisivos, radiofónicos o multimedia y es independiente de la naturaleza de su contenido y del medio a través del cual será transmitido.

Un producto audiovisual, es el fruto de una industria cultural considerada social-conceptual y esta capacidad de producción y servicio se medirá en base a la satisfacción de necesidades y expectativas de las audiencias. El espectador distingue entre la calidad de conformidad y la calidad de diseño, la misma que nace de una producción televisiva involucra un trabajo en equipo para solventar las actividades y necesidades de grabación, producción y edición, independientemente del medio audiovisual el objetivo central siempre será: presentar un producto de calidad y en el tiempo establecido, para cumplir con las metas organizacionales es importante desarrollar las fases de producción, las mismas que permiten sistematizar la mejor manera las ideas y políticas del programa.

En cuanto a los recursos técnicos, los soportes de cámaras, filmadoras deben ser de una gama profesional, para no afectar la idea original del equipo de producción; la iluminación enmarca un papel importante a la hora de controlar los efectos de cámara

(Rezabala, 2011), pues a la hora de difundir los productos finales, la calidad siempre va a definir la categoría de la producción.

Para un mejor desempeño de grabación es fundamental realizar una autoevaluación acertada que permita calificar y extraer el porcentaje del trabajo realizado y esta es la diferencia entre una productora de calidad conformista y una productora de calidad de éxito, el valorar el programa o cualquier trabajo realizado permitirá siempre mejorar y superar los índices de calidad para el espectador (Alvarado, 2016), no olvidemos que el televidente es quién siempre tiene la razón y a ellos debemos los trabajos de contenido y producción.

## **METODOLOGÍA**

Para la ejecución de la investigación fue necesario abordarle desde un enfoque cualitativo y cuantitativo, el mismo que permite conocer los paradigmas de investigación entre las variables, así lograr hallar resultados de cualidades y obtener posibles soluciones al problema planteado de investigación.

Es cualitativa, pues a través del análisis de contenido, se obtuvieron datos específicos de entrevistas a profundidad abordadas, esta metodología ayuda a la evaluación y análisis de los datos de investigación.

**Paradigma cualitativo**, gracias al enfoque preciso de enfoque, amplitud y profundidad, se conoció las causas y las consecuencias de la producción de contenidos de Élite Canal 45, y así lograr descifrar, si los contenidos son presentados en base a un estudio de calidad y profesionalismo y a la vez medir en porcentaje la calidad de ejecución y si estos responden a la solvencia del medio y logran satisfacer las necesidades de las audiencias.

**Paradigma Cuantitativo**, mediante un análisis cuantitativo de los procesos de investigación, se determina los resultados para la posible solución al tema central de investigación ejecutable, la valoración porcentual permite descifrar cifras exactas que determinen el análisis de las variables de estudio.

Para la obtención de resultados del proyecto se requirió: investigación de campo e investigación bibliográfica-documental.

### **Investigación de campo:**

La investigación de campo, permite obtener información directa de un análisis de resultados, basados en la propuesta de la posible solución para la problemática, pues varios de los resultados abordados mediante las entrevistas con los ejes principales de observación, lograron determinar los factores principales para determinar y analizar el proceso de producción de contenidos de Élite Canal 45.

### **Bibliográfica-documental**

La modalidad de la investigación es bibliográfica-documental, ya que los datos se obtuvieron de libros, artículos, revistas y publicaciones en la web, además con sustento en leyes vigentes, las mismas que serán la fuente directa para ayudar al soporte teórico de la presente investigación con información confiable e **información secundaria** acerca de la producción audiovisual y los contenidos que se difunden en la parrilla de programación en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga. Esta investigación es exploratoria, ya que permite indagar los contenidos de información, en cuanto a producción audiovisual y los contenidos que se difunden en la parrilla de programación en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga, ayudando a la exploración y determinación de la realidad actual de la problemática.

### **Descriptivo**

Es descriptivo por que detalla las características de la problemática, mediante varias técnicas de recolección de información sobre las variables. Este tipo de investigación brinda la oportunidad de identificar la relación entre las dos variables de investigación.

### **Asociación de variables**

La correlación entre la variable Independiente y la variable Dependiente permitirá medir el grado de relación que existe entre la producción audiovisual y los

contenidos que se difunden en la parrilla de programación en Elite Canal 45 de la ciudad de Latacunga.

### **Explicativa**

Es explicativa porque permite identificar las causas por las cuales se produce la problemática, por ende la poca producción intercultural y el desinterés de los medios de comunicación para producir una comunicación intercultural entre comunidades y pueblos.

En la fuente primaria se involucran las personas que están vinculadas a la problemática y de las cuales es factible obtener información escrita y oral, la cual es directamente recopilada por el investigador.

En cuanto a la fuente secundaria se ha tomado en cuenta documentos impresos y contenidos audiovisuales para poder acceder para el respectivo análisis de contenido. Por tal motivo, se empleará un muestreo no probabilístico intencional donde la selección de las unidades de análisis se realiza bajo el criterio del investigador, pues es él quien decide en forma justificada quienes serán parte de la muestra.

Estas entrevistas de carácter abiertas fenomenológicas, logran narrar las historias, experiencias pero sobre todo captan, las sensaciones y emociones de los participantes, logrando obtener los resultados calificables para la propuesta alternativa de solución, especialistas en producción de contenidos, permitirán evaluar los procesos de preparación y difusión de contenidos y las audiencias valorarán el trabajo ejecutado por este medio de comunicación audiovisual.



## ENTREVISTA FENOMENOLÓGICA TIPO 1

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 1	
Interrogante No.	¿Cómo se realiza la producción audiovisual en Élite Canal 45 de la ciudad de Latacunga?
1	¿Qué recursos materiales utilizan ustedes para una producción audiovisual?
2	¿Qué recursos materiales se deberían utilizar para una producción audiovisual de calidad?
3	¿Qué recursos humanos utilizan para una producción audiovisual en vivo?
4	¿Qué personal humano se requiere para realizar una producción audiovisual?
5	¿Qué aspectos son tomados cuenta en la pre producción de un producto audiovisual?
6	¿Qué aspectos deberían considerarse en la pre producción para elaborar un producto audiovisual de calidad?
7	¿Qué aspectos esenciales se realizan en la postproducción?
8	¿Qué procedimiento se realiza en una postproducción, para obtener el resultado del producto final audiovisual?
9	¿Qué impacto cree Ud. Como profesional, que genera en la tele audiencia una a producción de baja calidad?

**Fuente:** Investigadora

## GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 2

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA TIPO 2	
Interrogante No.	¿Qué contenidos se difunden en la parrilla de programación de Élite Canal 45 de la ciudad de Latacunga?
1	¿Tienen una producción propia o se manejan con lo que son los enlatados?
2	¿A qué público objetivo va dirigida la programación de Élite Canal 45?
3	¿Cuántos programas de producción propia son parte de la parrilla de programación?
4	¿Se cumple con los parámetros de transmisión de producción nacional de acuerdo a la Ley Orgánica de Comunicación?
5	¿Ustedes piensan que su público objetivo está satisfecho con los contenidos de la parrilla de programación?
6	¿Cómo profesional, que piensa Ud. Qué debería contener una parrilla de programación de un medio local?
7	¿Piensan ustedes que en su parrilla de programación hace falta mayor producción local?
8	¿Qué se debería hacer para poder tener al menos el 50% de producción propia en los medios locales?
9	¿Tienen una producción propia o se manejan con lo que son los enlatados?

**Fuente:** Investigadora

<b>ENTREVISTA TIPO 1</b>			
<b>Nombre:</b> Lic. Cristian del Toro			
<b>Cargo:</b> Productor General de Élite Canal 45			
<b>Fecha:</b> 20 noviembre de 2017			
<b>Lugar:</b> Provincia Cotopaxi, Cantón Latacunga			
<b>N°</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>
1	<b>¿Qué recursos materiales utilizan ustedes para una producción audiovisual?</b>	Lo fundamental que son las cámaras, un alto porcentaje de iluminación, trípodes, micrófonos, todo tipo de cables, para la electricidad, de las cámaras de los micrófonos, consola de audio, consola de manejo de cámaras.	El equipamiento tecnológico-técnico, resulta ser uno de los ejes principales para la ejecución de productos audiovisuales, mientras mejor equipamiento tengas más rápido se alcanza a lograr una producción de calidad.
2	<b>¿Qué recursos humanos utilizan para una producción audiovisual en vivo?</b>	En cada programa nos manejamos con alrededor de cuatro a cinco personas.	El equipo humano conformado en una productora audiovisual, determina la agilidad porcentual de los resultados, que permitirán determinar y valorar la producción de los mismos.
3	<b>¿Qué aspectos son tomados cuenta en la pre producción de un producto audiovisual?</b>	Principalmente la realización de un guion bien elaborado y bien redactado, en nuestro caso este lo realizan los presentadores y después es revisado por mi persona. La locución clara, precisa y sobre todo bien editada Los recursos tanto materiales como humanos que vamos a necesitar para cada producción. Al público que va a ser dirigido.	La preparación de los productos es lo más importante al momento de ejecutar un proyecto audiovisual, debe existir un equipo especializado, con ideas frescas e innovadoras que permitan revolucionar los formatos de producción y difusión.
4	<b>¿Qué aspectos esenciales se realizan en la postproducción?</b>	La edición es muy importante y fundamental, una edición bien hecha, bien trabajada, es el resultado de una producción bien hecha, además de los efectos, la correcta	Del Toro menciona que lo más importante es una edición bien trabajada, pero si el contenido informativo no es original y de interés, el impacto audiovisual no

		iluminación y especialmente el contenido que sea el adecuado según nuestro público objetivo, para obtener el resultado positivo con nuestros televidentes.	va a tener los resultados esperados; es necesario concentrarse en producir nuevos contenidos con formatos multimedia.
5	<b>¿Qué impacto cree Ud. Cómo profesional, que genera en la tele audiencia una a producción de baja calidad?</b>	Bajo rating, descontento con los contenidos de nuestros productos, pérdida de auspiciantes y sobre todo una mala reputación del canal.	Estar con los pies sobre la tierra es importante para determinar la crisis existencial de un medio de comunicación, el rating de audiencia puede definir si la producción es de calidad o no y permite determinar la valoración de los programas.
6	<b>¿A qué público objetivo va dirigida la producción de Elite Canal 45?</b>	Por lo regular va desde los 8 años en adelante, ya que la mayoría de nuestros programas son aptos para todo público, en la noche el noticiero y el programa de opinión es clasificación B bajo supervisión de adultos.	Elite Canal 45, no tiene una segmentación de audiencia correcta, pues solo se basa en los estándares impuestos por la CORDICOM, pero estos no se encuentran diferenciados por el interés de la audiencia Cotopaxense.
7	<b>¿Tienen producción propia o se manejan con los enlatados?</b>	Si tenemos un porcentaje de producción propia entre lo que son los noticieros, programas de opinión y entretenimiento que son los programas que manejamos en vivo, lo cual es un reto para nosotros, pues la producción va desde la imagen de los presentadores, su locución, hasta los aspectos técnicos que son manejo de cámaras, cables, audio, iluminación y los reportajes o noticias que tengan que salir al aire. También tenemos como producción propia, campañas de razón social, son pequeños cortos de alrededor de un minuto que son transmitidos durante toda nuestra programación en cada espacio publicitario. Los enlatados los manejamos	Según la parrilla de programación presentada, solo los dos programas de información y uno de entretenimiento, son producidos por el medio, los demás se basan en presentación de películas, documentales y campañas de identidad cultural impuestas. No podemos esperar presentar programas monótonos y esperar una gran audiencia que busque interactuar y apropiarse del medio de comunicación. Es necesario que los medios televisivos empiecen a generar contenidos de interés humano, dedicado a entretener, informar y culturizar a su segmentada audiencia.

		<p>en coordinación con la CORDICOM, en donde se transmiten dos programas Educa y el Ranti- Ranti y las películas que son transmitidas de acuerdo a las franjas horarias que nos permite la Ley Orgánica de Comunicación.</p>	
8	<p><b>¿Cuántos programas de producción propia son parte de la parrilla de programación?</b></p>	<p>Se puede decir que un 25 % Programa político Noticieros y sus reprises Un programa de entretenimiento en vivo que es un bingo “Juega Familia” Programa de opción con la comunidad “Última Palabra” Cortos de campañas con temática de razón social: en contra del abuso infantil, maltrato a la mujer, violencia, cuidado del ecosistema, etc.</p>	<p>El decir que un medio de comunicación televisivo que trasmite día a día incluso fines de semana y feriados tenga un 25% de producción propia, es representar una crisis de producción de contenidos. Las audiencias no buscar encender su televisor y ver los mismos programas repetitivos, buscan en este medio de comunicación, entretenerse y a la vez informarse y si es de su sector este contenido va a llamar su atención.</p>
9	<p><b>¿Se cumple con los parámetros de transmisión de producción nacional de acuerdo a la Ley Orgánica de Comunicación?</b></p>	<p>Si debido a que los espacios Formativo- Educativo y Cultural, son cubiertos en un 30% con los enlatados de Educa y Ranti Ratnti</p>	<p>Al parecer el medio de comunicación, cumple con los parámetros establecidos de la Ley comunicación en cuanto a la sectorización de contenidos por las franjas horarias, pero no por los parámetros establecidos para la creación de un medio televisivo.</p>
10	<p><b>¿Ustedes piensan que su público objetivo está satisfecho con los contenidos de la parrilla de programación?</b></p>	<p>Según las últimas mediciones de rating, pienso que sí, pues hemos tenido gran acogida, sobre todo con los dos programas de la noche, de opinión y de entretenimiento.</p>	<p>El primer time se establece por los horarios diurnos, sin embargo es el momento perfecto para presentar programas de entretenimiento, pero el resto del tiempo ¿Qué contenidos se presentan?</p>

11	<p><b>¿Cómo profesional, que piensa Ud. Qué debería contener una parrilla de programación de un medio local?</b></p>	<p>Debe ser completa, tiene que tener varios espacios de entretenimiento, variedades, programas educativos, también debe contener programas que ayuden al crecimiento de la ciudad que rescaten su cultura y tradición. Además pospuesto espacios de información y opinión para la comunidad.</p>	<p>Los contenidos de la parrilla de programación, además de cumplir con los parámetros de estandarización de información, estos deben ser la carta de presentación del medio y más que esto deben reflejar la realidad social de su audiencia. Permitir reformar los formatos y atreverse a presentar contenidos originales e investigar las problemáticas sociales, supone el desafío de un mejorado periodismo.</p>
12	<p><b>¿Piensan ustedes que en su parrilla de programación hace falta mayor producción local?</b></p>	<p>Si, debido a la falta de apoyo que tenemos por parte de las empresas, pues nos hace falta auspiciantes que confíen en la calidad de nuestra producción, la misma que necesita de inversión para que sea de calidad. La gente busca lo más barato y obviamente no les importa la calidad sino la cantidad. Además necesitamos recursos significativos para tener mayor producción local, tanto económico como humano, ya que son pocos los profesionales que se dedican de lleno a realizar producciones, debido a que no lo ven muy lucrativo.</p>	<p>La falta de aportación a la industria audiovisual, es un problema notorio, sin embargo cuando presentamos propuestas decididas a atraer a las audiencias logramos romper los esquemas de producción. Es importante formar una cultura que promueva la calidad más que la mercantilización, los trabajos que son bien producidos merecen más sacrificios.</p>

13	<p><b>¿Qué se debería hacer para poder tener al menos el 50% de producción propia en los medios locales?</b></p>	<p>El trabajo empieza por nosotros, en cierta parte se puede decir que podemos cambiar la mentalidad de las personas que piensan que no existe producción de buena calidad en Latacunga, al realizar trabajos bien hechos, bien elaborados, de buena calidad, que demuestren el trabajo y esfuerzo que realizamos cada día para poder transmitir a través de la pantalla nuestros programas. Además de buscar más profesionales expertos en el área para que nos ayuden a crecer como productora y como medio de comunicación.</p>	<p>Las limitaciones en la producción de contenidos, muchas de las veces son impuestas por los propios medios de comunicación y periodistas que se conforman con emitir información repetitiva e irrelevante, salir del molde nos permitirá abrir nuevos horizontes de producción para brindarle información relevante y actualizada a los cotopaxenses. La falta de profesionales interesados en renovar el periodismo convencional es la primera barrera hacia un periodismo investigativo de calidad.</p>
----	--	--	---

**Fuente:** Investigadora

<b>ENTREVISTA TIPO 2</b>			
<b>Nombre:</b> Dr. Alex Tamayo			
<b>Cargo:</b> Especialista en Producción Audiovisual			
<b>Fecha:</b> 25 noviembre de 2017			
<b>Lugar:</b> Provincia Tungurahua, Cantón Ambato			
<b>N°</b>	<b>PREGUNTA</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>INTERPRETACIÓN</b>
<b>1</b>	<b>¿Qué recursos humanos utilizan para una producción audiovisual en vivo?</b>	De 10 a 15 profesionales, que distribuyen su trabajo entre producción, edición y difusión de los contenidos.	La producción de contenidos debe ser proporcional a la edición, por lo tanto sabes que es importante contar con el personal requerido y capacitado para realizarlo.
<b>2</b>	<b>¿Qué aspectos son tomados cuenta en la pre producción de un producto audiovisual?</b>	La parte técnica escoger el equipo técnico tanto materiales como humanos Guiones bien elaborados Establecer el rol fundamental que va a tener cada persona dentro de la producción	La elaboración de un buen plan de trabajo, supone el buen inicio de un proyecto, seguido del personal capacitado para la realización de cada tarea, logran obtener resultados y objetivos claros de lo esperado.
<b>3</b>	<b>¿Qué aspectos esenciales se realizan en la postproducción?</b>	Lo fundamental es la selección de las imágenes o tomas que vamos a utilizar Cortar las imágenes que ya es parte de la edición Armar un guion de post producción y así disminuir tiempo en la edición Buscar una buena musicalización Escoger los efectos especiales	La edición, es otro de los componentes claros de buena producción, se definirá el resultado final y la presentación del producto, la cual debe ser impecable. Sin embargo, lo que pone un antes y un después en un proyecto, es la calidad de los profesionales que realizan la tarea.



4	<p><b>¿Qué impacto cree Ud. Cómo profesional, que genera en la tele audiencia una a producción de baja calidad?</b></p>	<p>Ningún impacto, debido a que una producción de baja calidad no llega al televidente, además que ahora es mucho más fácil acceder a una producción extranjera a través de la televisión por cable, y lo que se consigue es que la gente prefiera producción de afuera y no la producción nacional.</p>	<p>Es importante tomar en cuenta, que existen varias alternativas que las audiencias pueden elegir si no les gusta la producción televisiva normal, la tv por cable, le brinda al televidente la opción de elegir los contenidos que desea en producción internacional. Incluso la producción digital puede brindar nuevos formatos multimedia entretenidos. Es aquí donde radica la importante de no dejar morir la buena producción televisiva convencional.</p>
5	<p><b>¿Cómo profesional, que piensa Ud. Qué debería contener una parrilla de programación de un medio local?</b></p>	<p>Contenidos que lleguen a las personas, como programas culturales, sociales, deportivos, económicos, que todavía no se logra plasmar en la televisión local, ya que aún manejamos una copia de lo que son los medios nacionales o internacionales.</p>	<p>Los contenidos, su variación, diversidad y enriquecimiento, es lo que marca la diferencia entre los medios de producción, debemos saber producir contenidos para un audiencia diferente a la de hace 20 años y debemos adaptarnos a esta nueva sociedad.</p>
6	<p><b>¿Qué se debería hacer para poder tener al menos el 50% de producción propia en los medios locales?</b></p>	<p>La principal solución sería, entrar directamente al manejo de contenidos, por ejemplo manejar más temas que representen la historia de las ciudades que conozcan más de los personajes del medio, tradiciones, cultura, gastronomía. No se debe informar por informar o entretener por entretener, se debe tener una responsabilidad desde todos los que trabajamos en la producción para satisfacer a los televidentes.</p>	<p>Los contenidos de los medios de comunicación convencional, deben reflejar los problemas sociales con sus soluciones, así permitiremos formar una sociedad evolutiva. Estamos claros que un medio televisivo, se compone como un ente de educación para la sociedad y es importante aprovechar este espacio para informar, educar y entretener de la mejor manera a nuestras audiencias.</p>

## CONCLUSIONES

- Élite canal 45, es un medio televisivo que ofrece información local a la provincia de Cotopaxi, sus contenidos se los realiza sin un previo estudio de segmentación de mercado, es decir, entregan su información a un audiencia desconocida.
- La presentación de los contenidos expuestos en la parrilla de programación, no representar un alto porcentaje de producción original pues solo el 25% es de producción auténtica y el otro 75% representa contenidos enlatados
- El manejo de un plan de trabajo en la pre-producción es fundamental, sin embargo los contenidos no son pre organizados en base a una planificación técnica, los presentados son los que lanzan ideas alternas sin estar sujetas a un pre –estudio.
- Los contenidos presentados en la parrilla de programación, no representan interés, innovación y frescura, las ideas de producir son convencionales, generando contenidos monótonos a una audiencia cambiante.
- La falta de recursos económicos, supone una gran barrera para la producción, edición y difusión de contenidos en este medio televisivo, pues la calidad se reduce al presentar la información en las franjas horarias.
- Uno de los componentes importante para la buena producción audiovisual es la existencia de profesionales competentes, que quiera renovar los formatos y adentrarse en el mundo de un periodismo investigativo que busque solventar las necesidades de las audiencias y en Élite canal 45 es escaso.
- Elite canal 45, como medio televisivo vanguardista, no cuenta con una página web, fan page ni ninguna otra herramienta digital que permita mediatizar sus contenidos y fortalecer la imagen del medio en su audiencia.
- Los contenidos no representan las problemáticas sociales de su audiencia, mucho menos permiten resolver necesidades en base a una información entretenida, informativa y educativa.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Alvarado, F. S. (2016). *Publicaciones Estudiantiles*. Recuperado el 31 de diciembre de 2017, de <https://aiu.edu/publications/student/spanish/180-207/TV%20PRODUCTION.html>
2. Liendo, I. C. (2010). Pensar para la producción audiovisual multiplataforma para la televisión digital. *Pangea*, 199 – 213.
3. Madedo, J. M. (2013). *La Industria audiovisual*. Argentina: Palermo Bussines Review.
4. Rezabala, L. (9 de enero de 2011). *Equipos que se necesitan en la Producción Audiovisual*. Recuperado el 31 de diciembre de 2017, de <https://leonardorezabala12.wordpress.com/2011/01/09/14/>