

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

1.- ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para fortalecer la fundamentación teórica, con el fin de que sea creíble y capacitada por las distintas esferas de la sociedad, es necesaria la revisión de investigaciones anteriores que utilicen las variables del presente trabajo.

Dentro de los distintos trabajos investigados, la tesis realizada por Castillo Cordero, María Alejandra y Chávez Ávila, Alicia María (2000), denominada “Diseño de programación televisiva que promueva los aspectos socioculturales en los jóvenes zulianos a través de un discurso televisivo alternativo”, presentada en la Universidad Católica Cecilio Acosta.

Se aprecia haber sido realizada con el fin de diseñar una programación televisiva que promueve los aspectos socioculturales en los jóvenes marabinos y para dar cumplimiento a su objetivo, los autores se apoyaron en los postulados teóricos expuestos por Carlos Gómez y Campos (1998) para afirmar que los medios deben proporcionar entretenimiento e información, pero sobre todo deben contribuir a la creación y difusión de las conductas, costumbres y valores importantes en la sociedad; con la finalidad de demostrar que la televisión es catalogada como un huésped alienante, dentro de los hogares citan a Martha Colomina (1968).

Valerio Fuenzalida Fernández (1990) afirma la capacidad creativa local, refiriéndose a las televisoras regionales; Febres y Febres (1971) para determinar que a la televisión regional le hace falta fomentar el espíritu crítico y la orientación para transmitir mensajes culturizantes también se hizo énfasis en la doctrina y jurisprudencia existente en esta materia en el ámbito nacional.

La metodología utilizada en este trabajo fue de tipo descriptiva-explicativa, utilizando una entrevista estructurada por 10 ítem planteados a cuatro especialistas; 2 en el área de comunicación social y 2 en el área de sociología, al igual se realizó en una encuesta cerrada a 79 estudiantes zulianos de comunicación social; arrojando como resultado que gran parte de

los jóvenes zulianos desean recibir información sobre sus aspectos socioculturales, nacionales o regionales a partir de una información televisiva de calidad internacional, con un lenguaje e imágenes que cubran sus inquietudes a nivel comunicacional; recomendando cambios en los espacios televisivos y la información de comunicación social abierto a las diferentes realidades culturales en el estado Zulia.

Todas estas ideas y reflexiones presentadas en este primer antecedente son consideradas como un relevante aporte para esta investigación pues reafirma que es necesario un cambio dentro de la programación televisiva regional, por el hecho de que hoy en día la esencia de la cultura propia se esta perdiendo y la televisión es un medio fuerte y seguro para difundir la realidad territorial y lograr una adhesión de valores propios, evitando así la monotonía en la programación televisiva regional.

Siguiendo con la investigación desarrollada, se encontró el trabajo de Márquez Vergara, Gloria Celeste (2002) llamado "Análisis de la Producción Televisiva en la era de la Globalización caso Venevisión" presentado en la Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín; sin el objeto de analizar la producción televisiva de Venevisión en la era de la globalización.

La autora, realizó una revisión bibliográfica sobre los fundamentos teóricos de Millerson (1988) para realizar el hecho de que todas las

producciones televisivas son deferentes; igualmente se basaron en Martínez (1998) quien afirma que la producción es sumamente compleja y por esto requiere del esfuerzo coordinado de un equipo de trabajo; Matos(1994) para dar fuerza de contenido a la fase de post-producción televisiva; Jiménez (2000), Youlianov (2001), para plantear el fenómeno de la globalización.

La metodología utilizada fue de tipo descriptivo por medio de un diseño no experimental transversal descriptivo, tomando como instrumento cuestionarios y análisis de planillas de programación, para determinar cual programa se exporta y el horario de transmisión; para esto se tomó como población personal clave de Venevisión.

Como resultado, se presenta que con la globalización se ha alterado un poco la producción televisiva, limitando la creatividad y la puesta en práctica de nuevas ideas; trayendo como consecuencia la adaptación de programas internacionales.

La autora recomienda a todos los canales televisivos que quieran, en algún momento exportar sus programas, la creación de programas de “neutros”, que sean de interés tanto nacional como internacional.

Atendiendo el contenido de esta tesis y estudiando las consideraciones planteadas, se ha llegado a la conclusión que su contenido

nutrirá el trabajo de investigación ya que deja claro la importancia de la creación propia en la programación televisiva y la relevancia de diseñar programas de interés local, nacional e internacional.

Entre otros trabajos de investigación se encontró el de Barrios Quintana, María Andreína y Di Dencu Mavárez, Minerva Carolina (1999) que tiene como título “Incidencias de la Programación de las Televisoras Regionales en el Proceso Social Cultural del Marabino caso “TELEVIZA”, presentado en la Universidad Católica Cecilio Acosta; teniendo como objetivo principal determinar la incidencia de la programación de TELEVIZA en el proceso socio-cultural del marabino.

El ya mencionado trabajo de investigación es de tipo analítico explicativo y para obtener información se utilizaron como técnicas de recolección de datos la observación semanal de la programación de TELEVIZA y entrevistas a 8 especialistas en el tema, obteniendo como resultado que la programación de TELEVIZA incide de manera negativa en el proceso socio-cultural del marabino constituyendo a este canal regional en un medio alternativo que no proyecta nada diferente a lo transmitido en los canales nacionales dejando a un lado la necesidad del televidente marabino de una programación que exalta su identidad cultural.

A lo largo de esta tesis se encontraron datos importantes para la realización de la presente investigación, cómo son: contenido fundamental donde explican que la televisión requiere de cambio, el deseo de unir la televisión con las necesidades de los televidentes y la observación semanal de una programación televisiva regional; todas estas ideas, evidencian la urgencia de crear o diseñar una nueva programación televisiva regional, que es el objeto del trabajo a presentar.

Durante las investigaciones pertinentes, se conoció la tesis de Bazarte Ramón y González Morella (1998), con el título de “Diseño de un Programa de Televisión Para la Difusión de Valores Culturales de Maracaibo”, presentada en la Universidad Católica Cecilio Acosta; la cual tiene como objetivo principal la contribución a la promoción de los valores culturales de Maracaibo a través del programa piloto para Niños Cantores Televisión.

Para esto los autores utilizaron un enfoque descriptivo, analizando la información se señalaron los aportes de un destacado grupo de expertos, la producción de programas para promover los valores culturales de Maracaibo y la viabilidad de hacerlos en esta región zuliana; arrojando como conclusión la importancia de la creatividad en la programación televisiva regional; esta idea es base para la realización del presente documento.

Con el propósito de apoyar la fundamentación teórica de este estudio, los autores se basaron en las teorías de Américo Gollo(1995),sobre la libertad de mercado y la empresa sin fronteras; Aguirre (1985), sobre la idea de que la televisión sea para los fines pedagógicos, Kaplun (1978), quien presenta reorganización del consumo cultural y la vida comunicativa que ha producido la televisión.

Continuando con las exploraciones oportunas al caso se conoció el documento “Análisis Comparativo de los Programas Televisivos que Abordan la Labor Comunicativa, Específicamente “Comunidad con.....” y “Buenas Noticias”, de Benítez, Jaime y Zambrano, Francisco (1994), presentado en la Universidad Católica Cecilio Acosta; este trabajo tiene como objetivo principal determinar si los programas televisivos “Comunidad Con.....” y “Buenas Noticias”generan cambios en pro del desarrollo en su labor comunicativa.

Los autores se apoyaron en los postulados teóricos expuestos por Eleazar Díaz Rangel (1987), para tener una visión clara de la televisión de los medios de comunicación social en nuestro país; Pineda Migdalia (1979), para basarse en sus ideas de la difusión masiva; Hernández Tulio (1991), para determinar todo lo referente a la participación ciudadana.

Esta investigación utiliza un método descriptivo, que permite investigar y establecer un análisis dentro del marco real de los hechos y la muestra de

la población fue escogida al azar y se estratificó para establecer las comparaciones y así obtener los resultados para las cuales, los autores recomendaron la utilización de la televisión como medio para establecer una comunicación interactivo en donde el espectador pueda exponer su punto de vista y ser informado debidamente y establecer un nuevo módulo comunicacional basado en la comunicación alternativa.

Estos elementos ayudan en demasía al presente documento de investigación ya que se quiere lograr la comunicación entre televisión y televidentes a través de una novedosa programación basada en las nuevas necesidades zulianas.

2.- BASES TEÓRICAS.

En esta parte se hará mención de citas, conceptos, referencias bibliográficas, que aportarán contenido beneficioso para el entendimiento de este trabajo de investigación; igualmente todas las bases teóricas expuestas, abren el camino a la razón de ser de esta tesis.

2.1.- HISTORIA DE LA TELEVISIÓN EN VENEZUELA.

2.1.1.-TELEVISORAS NACIONALES.

Muchos autores afirman que el comienzo de la televisión se debe a un químico sueco llamado Jacobo Berzelius. Este científico observó un metaloide de nombre Selenio que tiene como propiedad adquirir formas si se le somete a la exposición de la luz. Este metaloide es el que da comienzo a lo que años más tarde se llamo TELEVISIÓN.

“El origen de la televisión se remonta al descubrimiento del selenio, en 1817, por parte de Berzelius”. A fines del siglo, un nuevo invento se incorpora a la historia de la televisión; la célula fotoeléctrica en 1892, esta convierte cada parte de la imagen en una señal eléctrica. La primera transmisión de imágenes por el sistema electromecánico la realiza el inglés John Baird en 1926, en Londres” (Almanaque Mundial 2000:52).

“Los primeros ensayos de transmitir ese tipo de imágenes se realizaron en 1923 como resultado de descubrimientos de las propiedades fotoeléctricas del selenio en 1873, el disco Nipkow en 1884 y el amplificador electrónico e John Baird en 1891” (Diccionario de Comunicación Social 1994:297)

A raíz de estos descubrimientos se dio inicio a las emisiones de programas alrededor del mundo; pero en Venezuela, este comienzo se da el 22 de noviembre de 1952 con la inauguración de la Televisora Nacional, Canal 5, transmitiéndose así, las primeras imágenes televisivas en nuestro país: el Escudo de Venezuela, imágenes del estado Carabobo, diferentes sitios históricos, la Casa Natal del Libertador; todas estas imágenes estaban acompañadas por el Himno Nacional de Venezuela.

“El 22 de Noviembre de 1952, con el inicio de las transmisiones de la TVN 5, se inaugura la Televisión en Venezuela. El primero de Junio de 1953 se inaugura oficialmente Televisa Canal 4, en virtud de la concesión comercial respectiva que le otorgó el Gobierno Nacional, de acuerdo con el artículo N°2 del reglamento de Radiocomunicaciones, y con ello se da comienzo a la Televisión Comercial.” (www.google.elmallvenezuela.com)

En 1961, Televisa Canal 4, pasa a las manos del empresario cubano Diego Cisnero, convirtiéndose así como el dueño absoluto de la planta y le cambio el nombre a Venevisión.

El 15 de Noviembre de 1953, sale al aire Radio Caracas Televisión Canal 2, por concesión dada al Grupo Phelps, por intermedio del Sr. Amable

Espino; este canal de televisión es el primero en extender sus transmisiones al resto del país, por el sistema de microondas.

Venevisión, Canal 4 y Radio Caracas Televisión, Canal 2; fueron las primeras televisoras privadas en Venezuela; luego se inauguran en el ámbito nacional muchas televisoras; dando inicio a una etapa de inmadurez en donde varias televisoras transmitieron señales y al poco tiempo cerraban sus puertas; sin embargo, hoy en día, se mantienen abiertas muchas televisoras, al igual que Productoras de Programas de Televisión, tanto nacionales como regionales:

TELEVISORAS NACIONALES:

- CMT Televisión, Canal 51 UHF.
- Corporación Televen, Canal 10.
- Globovisión, Canal 33 UHF.
- Meridiano TV, Canal 39 UHF.
- Puma TV, Canal 57 UHF.
- RCTV; Canal 2.
- Venevisión, Canal 4.
- Venezolana de Televisión, Canal 8.

PRODUCTORAS DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN:

- Alter Producciones.
- Bongo Producciones.
- Canal Uno Producciones.
- Cinesa Video.
- Createl Productores asociados,
- Marte Productora de Cine y Televisión.
- Sono Star C.A.
- Sports Televisión.
- Video Avila.
- VideoMóvil". (www.auyantepuy.com.productoras).

La expansión de la televisión es uno de los fenómenos más notable en el tiempo; esta ha penetrado en todos los hogares venezolanos, pues ofrece imágenes y audio, algo que no brinda la radio y la prensa, esta dualidad permite que los televidentes verifiquen con las imágenes lo que dice el locutor, convirtiéndose en el medio de comunicación masiva por excelencia.

“Se calcula que el 89 por ciento de los hogares en el país poseen por lo menos un receptor de televisión. En Caracas la cifra llega a 97 por ciento.”(Diccionario de Comunicación Social, 1994:295).

2.1.2.- TELEVISORAS REGIONALES:

Las televisoras regionales surgen a finales de los años 80, como un medio comunicacional alternativo próximo a toda comunidad con el propósito de satisfacer sus necesidades como obtener información detallada de toda índole sobre su región, así como también observar una programación que cubra sus expectativas de opinión, entretenimiento y otros.

La televisión regional nace para ser propulsora de opiniones públicas que favorezcan el desarrollo de la comunidad; además, ella surge como parte de un movimiento de liderazgo para el crecimiento de un nuevo patrón en los medios de comunicación masiva y así constituirse en una opción diferente para el público.

La programación de este tipo de televisoras debe contar con programas que generen opinión pública noticieros ya que con su emisión se produce la participación activa de profesionales, gobierno y comunidad en todo problema regional.

Las televisoras regionales crean auto confianza, con la exhibición de experiencia creativa, la difusión de diferentes personalidades, como poetas, músicos, pintores, etc; permite conocer al estado a través de imágenes de avenidas, plazas, monumentos históricos, organizaciones públicas, entre otras.

Manuel Palacio (2001), explica que esta clase de televisoras no debe basarse en la retransmisión de programas que tratan de imitar a los emitidos por producciones centrales, sino que deben esforzarse por crear una programación original basándose en las necesidades de una región.

La regionalización de la televisión es una condición necesaria para encarar de manera efectiva las dimensiones de los actuales problemas que se crean en una sociedad.

La Televisión Regional, surge a partir del año 1953 con el nacimiento de dos plantas televisivas: Televisa del Zulia, Canal 4, en Maracaibo, el 30 de agosto de 1956 y Ondas del lago TV, Canal 13, en Maracaibo, el 1° de Octubre de 1957. Estos canales de televisión, no sólo son las primeras televisoras regionales en el estado Zulia, sino, en todo el territorio nacional; gracias al surgimiento de ellas, se origina el levantamiento y desarrollo de muchas otras televisoras dedicadas a la comunidad de cada región.

Actualmente contamos con 22 televisoras regionales, cada una con su propio formato, estilo y ambiciones:

- Marte Televisión, Canal 12; Caracas, Distrito federal.
- NC Televisión Carabobo; Valencia, Estado Carabobo.
- NC Televisión Lara, Canal 33; Barquisimeto, Estado Lara.
- NC Zulia, Canal 11; Maracaibo, Estado Zulia.
- TeleBoconó; Boconó, Estado Trujillo.
- TeleMaracay/TVS, Canal 32 UHF; Maracay, Estado Aragua.
- Tele-Sol; Canal 7; Cumaná, Estado Sucre.
- Televisora Andina de Mérida, Canal 6; Mérida, Estado Mérida.
- Televisora Regional del Táchira; San Cristóbal, Estado Táchira.
- Televisa, Canal 7; Maracaibo, Estado Zulia.
- TV Guayana; Puerto Ordaz, Estado Bolívar.
- TV Llanos; San Juan de Los Morros, Estado Guárico.
- TV Oriente (TVO); Puerto La Cruz, Estado Anzoátegui.
- Vale TV.
- Zuliana de Televisión; Ciudad Ojeda, Estado Zulia.
- Ciudad TV (Cable Atel); Ciudad Ojeda, Estado Zulia.
- COL Channel; Ciudad Ojeda, Estado Zulia.
- TeleCaribe; Porlamar, Estado Nueva Esparta.
- TeleCentro, Canal 11; Barquisimeto, Estado Lara.
- TeleColor Televisión, Canal 41; Maracaibo, Estado Zulia.

- Viva – Hipertelevisión; Caracas, Distrito Federal.
- MultiCanal; Caracas, Distrito Federal.

2.1.3.- ACTIVIDAD EN VALERA

Mencionar todas las actividades que se realizan en Valera se trae a colación, debido a que es en esta ciudad donde se quiere llevar a cabo el presente proyecto de investigación.

Valera, es la ciudad más importante del estado Trujillo; esta posee el mayor movimiento comercial; es una región rica en la industria del vidrio, pues en sus adyacencias, existen tierras con minerales propios para la creación del vidrio, en Valera se encuentran las compañías de Muchacho Hermanos, C.A y la Owens Illinois; quienes son especialistas en la producción del vidrio en Venezuela; también se puede encontrar gran variedad en cultivos de granos, hortalizas y frutas, transportando estos productos a lo largo del territorio nacional.

Valera, también posee un gran número de habitantes que según el último censo, realizado en 2001, en lo referente a la distribución espacial, se destaca el Municipio Valera, capital Valera; pues cuenta con la mayor población de todo el estado, esta ciudad concentra a 142.946 personas.

En este mismo censo se puede notar que Valera, tiene una población infantil (menores de 12 años) de 35.029; población adolescente (edades comprendidas entre 12 y 17 años) de 17.269; población mayor (mayores de 64 años) de 7.129; población en la fuerza de trabajo (edades comprendidas entre 15 y 64 años) de 82.767 y una población femenina en edad reproductiva (entre 15 y 49 años) de 36.324.

Todo lo mencionado demuestra que Valera posee gran potencial y que sus habitantes merecen un adelanto tecnológico, por ello surge la aspiración de crear una novedosa programación televisiva para el pueblo de Valera y que a raíz de esta programación se genere la expectativa en la región de la construcción de un Canal de Televisión propio; para mostrarle a todo el país que este territorio promete un gran futuro.

2.2.- LA TELEVISIÓN:

La televisión es un medio de comunicación de masas que ejerce un gran poder sobre todas las personas que conforman a la sociedad por ser un recurso “audiovisual”; es por esto los individuos han preferido a este medio de comunicación, ya que ofrece voces con imágenes convirtiendo la información en mensajes ligeros que se oyen y relacionan con figuras que a

su vez representan una manera fácil y entretenida de mantener noticias, informaciones en la conciencia, pues lo que se oye se puede olvidar pero lo que se aprecia visualmente no se olvida rápidamente, en pocas palabras, la televisión no es un medio de comunicación fugaz.

Según el Diccionario de Comunicación Social (1994:296), la televisión es la “transmisión de imágenes en movimiento a distancia a través de cables y ondas radioeléctricas”

Educar, entretener, informar y orientar son los objetivos fundamentales de la televisión, ya que alcanza público a gran escala; pero se pudiera catalogar, no solo a este medio de comunicación, sino a todos en su globalidad, como el último sitio a donde recurrir en busca de una orientación.

Hoy en día, se utilizan a los medios de comunicación como vendedores; la publicidad, utiliza imágenes de sexo y adicción para crear necesidades indispensables en prioridad; en el ámbito informativo, la televisión, como los otros medios se pueden catalogar como agentes dedicados a intereses particulares, todo esto se debe a los dueños, que en su mayoría son políticos, trayendo como consecuencia el filtro de la información y la manipulación de la misma, ya que “la Televisión, al presentar estímulos audiovisuales, se impone sobre los otros medios de comunicación por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar

parte del cúmulo de hábitos de cualquier persona”
(<http://www.monografias.com/>).

La televisión utiliza medios auxiliares audiovisuales, como películas, comics, programas de variedades que conforman el ámbito de entretenimiento, convirtiéndose en el pionero dentro de todos los medios de comunicación; pues para entretenerse no hace falta ir al cine, dentro del hogar con la televisión encuentra todo el entretenimiento requerido.

2.2.1.- EFECTOS DE LA TELEVISIÓN

Toda persona al comunicarse, desea causar algún efecto en su receptor. Puede considerarse como efecto, todo lo relacionado al resultado de una lectura, de la audición o de la observación de algún evento. “La Televisión, es el instrumento que mejor adapta su función a la formación de valores, de modos de vida, de estereotipos, etc., que al medio le conviene”
(<http://www.altavista.rppnet.com.ar/efectostelevisionhtm/>)..

Los efectos beneficiosos o negativos, se observan fácilmente en los niños, pues son ellos los que más tiempo pasan en frente de la pantalla de un televisor, sin olvidar que son personas de muy corta edad, dispuestas a imitar

cualquier patrón de conducta, ya que aún no tienen una personalidad definida. Según lo revisado en [\(http://www.altavista.rppnet.com.ar/efectotelevisiónhtm/\)](http://www.altavista.rppnet.com.ar/efectotelevisiónhtm/), existen efectos provocados por la televisión hacia los niños:

- **“Efectos en el Aprendizaje:** Los niños aprenden viendo la televisión. En ella aprenden a ver la violencia, conduciéndoles a tomar conductas agresivas en niños y adolescentes. No obstante, en la televisión también se pueden aprender valores sociales, como la cooperación y ser amables con los demás”.

Películas de acción y una cantidad considerable de comiquitas, son los dos formatos en donde más violencia se observa y ambos son de transmisiones continuas. Programas de crecimiento personal, de cultura e infantiles, conducidos por los mismos niños es lo que realmente les dará un escenario productivo y beneficioso, como la serie Barney, Plaza Sésamo, ¿Quién quiere ser millonario?, estos formatos serían de mucho beneficio si se produjeran en el país.

- **“Efectos Emocionales:** La Televisión es un medio de gran penetración, por esto razón influye en los intereses y motivaciones de cualquier persona y hasta la formación integral del niño. Como resultado de la repetición de violencia en los medios de

comunicación de masas hay un decremento en la sensibilidad emocional del niño ante la violencia.”

Toda transmisión que se realice debe hacerse con la plena conciencia de que el material a presentar, puede tener imágenes fuertes, atormentadoras; por esto se debe evaluar todo material, no sólo audiovisual sino de todo tipo.

- **“Efectos en la conducta:** Para todo niño la imitación es muy importante en la adquisición de la conducta ya sea, adaptada o desviada. La televisión ofrece modelos simbólicos, que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales”

Todo lo mencionado, establece la necesidad de crear nuevos formatos en la programación nacional; las autoras de este trabajo especial de pre – grado plasmarán en este documento su diseño para esa nueva programación; basándose, por supuesto, en las necesidades de la sociedad y enriquecimiento de la misma.

Se debe tener muy claro, que la televisión es un medio de comunicación, encargado de transmitir a la audiencia diferentes valores, informaciones, recreación, pero no es el medio más oportuno para buscar

orientación, aquí deben hacerse presentes las personas en sí; nada puede compararse con la ayuda y orientación de una sociedad, pues este respaldo llega de manera directa y no indirecta como es el caso de cualquier medio de comunicación de masas.

Es cierto que la televisión ha sido una “gran villana” por décadas; se dice que ella es la culpable del bajo rendimiento escolar, del aumento de la violencia; también se debe mencionar que es un instrumento de mucha ayuda, que se puede aprovechar en la esfera educativa; la televisión es un medio versátil, ya que se puede colocar en cualquier sitio. Todo medio de comunicación, tiene ventajas y desventajas, pero es necesario e indispensable entender que estos son parte de la cotidianidad, y no la esencia de la misma.

2.2.2.- TELEVISIÓN EDUCATIVA

El Diccionario de Comunicación Social (1994:293), señala que es necesario que programas de índole educacional, sean transmitidos por la televisión, como es el caso de algunas televisoras foráneas, donde se transmiten clases de computación, talleres de carpintería, de costura, entre otros. En Venezuela, existe la televisora Boconó, “cuyo objetivo principal es la educación informal de los habitantes del estado Trujillo”.

Para los venezolanos, la producción de tipo educativo sería de gran beneficio, pues aprenderían a ver a la televisión, no sólo como medio de recreación sino de educación y una alternativa próxima a un nivel instruccional que les podría hacer falta para su desempeño habitual.

Por otra parte Treviño (1994:40), demuestra con algunas características, la utilidad educativa que se puede encontrar en la televisión:

- “ Selecciona a personas con más habilidad y recursos para la enseñanza.
- Presenta más áreas de instrucción que el maestro en un salón de clases.
- Imparte clases a grupos más numerosos.
- Es más minucioso en el trabajo.
- Hace más real las explicaciones a través de imágenes en color”.

Por supuesto que existen desventajas, como por ejemplo:

- “ La televisión da por resueltos los problemas sin poder retroalimentar a los alumnos sobre los errores cometidos.
- La información presentada es muy rápida y en ocasiones no es bien entendida por los alumnos.

- Los maestros prefieren ver películas relacionadas con los temas que exponen, en lugar de programas educativos”.

Este medio de comunicación, puede ser de buena ayuda y de apoyo instruccional, pero se debe saber hasta donde llegar con él, pues todo en exceso puede ser perjudicial, la combinación de enseñanza electrónica y enseñanza tradicional es la fórmula perfecta para el alumnado de cualquier curso.

2.3 AUDIENCIA

La audiencia esta conformada por un conjunto de personas heterogéneas, quienes manifiestan sus necesidades e inclinaciones al observar determinados programas.

Este grupo de personas es muy importante para el éxito de cualquier programa televisivo, ellos son los que observan, examinan y emiten su opinión, permitiendo y demostrando que es lo que desean obtener mediante la programación.

La televisión debe tener en cuenta a la audiencia local, nacional e internacional, conocer todas sus exigencias, anhelos y necesidades para producir programas que puedan exportarse.

Para Treviño (1994:55) “el tele auditorio es determinante para la estación televisora, la gran carrera la gana quien mantenga cautivo a más público. Esto se puede lograr con base en dos principios: buenos programas y adecuada distribución en los horarios para ser exhibidos”.

Es menester agregar que no existe Televisión sin audiencia, sin embargo la audiencia sigue existiendo y desarrollándose en los medios que si los toman en cuenta; además la televisión crece en base al público, es por esta razón que la tele audiencia es necesaria e indispensable para cualquier canal televisivo.

En cuanto a la audiencia Carl Hersh (1998:428) “ la clasifica de acuerdo con sus características demográficas y psicológicas. Las descripciones demográficas incluyen género, edad, estado civil, grupo étnico e ingresos o nivel económico.

Las descripciones psicológicas se refieren en general al estado de vida, como los hábitos de compra del consumidor, personalidad y variable de persuasión”.

Si bien es cierto que la audiencia es lo más importante para la concepción de una programación, también es cierto que el programador y

equipo de pre-producción deben trabajar a fondo el conglomerado de personas que conforman a la audiencia para que así todo lo que se vaya a transmitir sea para ella por que solo de esta manera es que el canal obtendrá el éxito.

2.3.1 CLASIFICACIÓN DE LA AUDIENCIA

Para Carl Hersh (1998:428) la clasificación de la audiencia “es el porcentaje que representa la estimación de las familias televidentes que encienden sus aparatos en una determinada estación. Este porcentaje se calcula al dividir la proyección del número de familias que sintonizan un canal entre el número total de familias televidentes:

$$\frac{\text{Números de familias televidentes sintonizadas}}{\text{En número total de familias televidentes}} = \text{cifra de clasificación}$$

Es de esta manera, que se logra medir una audiencia o rating, para que las personas encargadas de la producción y programación sepan a quienes y cuantas personas se están dirigiendo.

2.3.2.- DISTRIBUCIÓN DE LA AUDIENCIA

Para el mencionado autor (1998:428), la distribución “es el porcentaje de familias que encienden su televisor y sintonizan una determinada estación con relación a todas las familias que hacen uso del televisor:”.

Familias televidentes que sintonizan una estación = distribución

Total de familias que usan el televisor.”

Esta formula cumple la función de medir a la audiencia, basándose en una muestra que será interrogada para saber cual es el efecto que les produce la programación de un canal televisivo determinado.

2.4.PROGRAMACIÓN Y PROGRAMADOR

El programador es la persona que debe conocer todas las características del público a quienes destina la programación; tener claro quienes son, sus edades, sus niveles socioculturales, sus gustos, toda información que se pueda tener a través de la encuesta.

Según Treviño (1994:56) el programador debe “saber cuando ven más televisión las amas de casa, los niños, los jóvenes, la familia, los adultos, etc.

Esta diversidad de tiempos ocupados por la gente dificulta a los programadores la identificación del público, pero se trata de ubicarlos lo mejor posible”.

Los televidentes ya no son “públicos de canal”; hoy en día son “públicos de programas”; ellos buscan la satisfacción de sus necesidades y gustos a través del cambio de canal y la ubicación de programas con los que se sientan complacidos. Por esto el programador debe saber con exactitud lo que exhiben los demás canales para poder examinar “a) la competencia directa; b) la competencia indirecta; c) la competencia extranjera” (Treviño, 1994:56).

El programador para establecer una buena programación debe hacerse ciertas preguntas:

- ¿Quién es mi público?, ¿Cuántas personas me ven y cuántas no?.
- ¿Qué ven los que me ven?, ¿En que horario y porqué no me ven?.
- ¿En donde me ven?, ¿Qué opinan?.
- ¿Con cuántos programas cuento y que presupuesto tengo?.
- ¿Cómo clasifico los programas de la competencia?.

Con todas estas preguntas y sus respuestas el programador puede lograr que la programación transmitida tenga un éxito total o satisfactorio.

Según Viya (1994:132), la programación de una televisora “es el conjunto de programas, anuncios comerciales, eventos, películas, documentales, noticieros y emisiones especiales, que pueden ser en vivo o grabados o una combinación de ambas”. Se debe tener en cuenta que la programación no es estándar, esta varía según los días de la semana.

Para Treviño (1994:57) “una buena fórmula para el programador es clasificar sus programas y los de la competencia en tres categorías: los Programas de Rating o Auditorio; los Programas de Choque y los Programas de Mantenimiento”.

Estas tres categorías hacen más simple la labor del programador, ya que es mucho más fácil destinar y ubicar los diferentes programas en tres clasificaciones; en la primera de ellas son destinados los programas de estrenos, que son los que acaparan a todo público; la segunda, contiene los programas de buena calidad pero similar al programa de la competencia, es aquí donde juega papel fundamental la promoción que se le da a la transmisión; a la última de las categorías pertenecen los programas viejos y que se transmiten en un horario donde el programador sabe que no hay mucha audiencia.

2.4.1.- TIPOS DE PROGRAMAS

Los programas televisivos fueron establecidos en ocho categorías por "La Federal Communications Comision (FCC): agricultura, entretenimiento, noticias, asuntos públicos, religión, educativos, deportes y otros. Además existen otras sub categorías que pueden trasladarse con algunos de los tipos precedentes: editoriales, políticos y demás instituciones educativas" Carl Hersh (1999:426).

Llama la atención que esta clasificación no se plasme completa en la programación televisiva, pues no todos los canales emplean la categoría de "educativos; religiosos y agricultura" por no tener "rating". Al público le llama la atención estos tipos de programación, pero la televisión los considera una pérdida de tiempo y para afirmar este hecho no es necesario entrevistar expertos en el área, sólo hace falta observar las diferentes programaciones de canales televisivos para entender lo que sucede.

Por otra parte Viya (1994:127) clasifica a los programas de televisión de la siguiente manera:

- **PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO Y DIVERSIÓN:** "Este tipo de programas tiene como objetivo principal divertir y entretener al

espectador, haciéndole pasar un buen momento y no persiguen otro fin más que el legítimo y no siempre fácil de complacer y agradar”.

Estos programas comprenden a las telenovelas, los comics, comedias, musicales, concursos, películas, deportes, entre otros.

- **PROGRAMAS INFORMATIVOS:** “Como su nombre lo indica, persiguen la muy importante tarea de informar y comunicar”, estos programas deben informar de manera clara, concisa, veraz y oportunamente. “Ellos crean una opinión e inducen un punto de vista en el auditorio”. Es por esto que se hace necesario la veracidad en el contenido de este tipo o formato de programa.

- **PROGRAMAS DIDÁCTICOS:** “Estos pretenden enseñar al televidente alguna área o disciplina, algún arte u oficio, alguna ocupación de tipo o de aplicación práctica; aquí entran los programas académicos como la tele-escuela, los de costura, manualidades, de cocina, repostería, etc”.

- **PROGRAMAS CULTURALES:** “Tiene como propósito elevar el nivel cultural del televidente; si esto se puede hacer con entretenimiento, es más probable que el auditorio reciba y acepte el mensaje cultural. Aquí pertenecen los programas de Ballet, conciertos, debates, entre otros.”

Todo medio de comunicación masiva depende de una gran variedad de programas que en conjunto forman la llamada programación, esta es conformada por diferentes estilos de programas, destinados a un público heterogéneo y con un horario acorde a la política del medio de comunicación son alterar, claro esta, lo plasmado en la Ley de Telecomunicaciones.

Para Viya (1994:130), la programación de una televisora “es el conjunto de programas, anuncios comerciales, eventos, películas, documentales, noticiarios y emisiones especiales, que pueden ser en vivo o grabados, o una combinación de ambas”.

Se debe tomar en cuenta que toda programación, de cualquier canal, varía diariamente y que sus características se basan en la política de la televisora.

2.4.2.- COMERCIALES

Para Viya (1994:151) los comerciales pueden denominarse “cápsulas, spots o mensajes comerciales, se pueden considerar como pequeños programas informativos, ya que al anunciar un producto, una institución, un ente comercial, un evento artístico, se está informando al público.”

El comercial es un producto de poca duración, es una transmisión que no supera al minuto y medio; además, estos mensajes lucrativos, a pesar de durar breves momentos contiene suficiente información en torno al tema que este tratando, sus imágenes son llamativas y las frases son sencillas y captadas velozmente por el público televidente.

En los mensajes publicitarios se ven inmersos las fases de pre-producción, producción y post-producción; la primera etapa se plasma en un Story board, para “enganchar” al cliente, sin olvidar la presentación de la música, llamada “jingle” que le será insertada; la segunda, es la realización del mismo, concretar en cinta de video o de audio el producto y la tercera, es la fase donde se hacen presente los diferente efectos electrónicos y la edición.

2.5.- CALENDARIO DE PRODUCCIÓN

El diseño de un calendario de producción, se hace necesario para la organización de las transmisiones y para que las diversas actividades del personal se permita elevar al máximo. Así lo expresa Carl Hersh (1999:424), este calendario engloba “desde la carga de los vehículos para las producciones electrónicas de campo o abrir las puertas del estudio, hasta regresar el equipo a su lugar y llenar los recibos para la comida del personal

que conforma el equipo de producción”. El citado autor afirma que “la eficacia de un calendario, depende, en gran medida, de la secuencia adecuada del acontecimiento”.

Este calendario aporta, la debida planificación del día y así no olvidar nada y así aprovechar cada momento del día, sin pérdida de tiempo.

2.6.- EMISIÓN DE MENSAJES TELEVISIVOS

El mensaje es todo aquello que se transmite a un receptor, puede ser de voces, imágenes o música; depende de la calidad de ellos que lo expresado llegue a la audiencia de la manera deseada.

Para que un mensaje posea calidad debe basarse en varios factores cualitativos; así lo expresa la Lic. Carmen Pérez, directora del centro de TV Educativa, material tomado de la tesis para pre-grado de María Castillo Cordero y Alicia Chávez Ávila, titulada “Diseño de la Programación Televisiva que promueva los aspectos socio culturales en los jóvenes zulianos a través de un discurso alternativo” (2000), estos factores son:

- **ESTÉTICA VISUAL:** Este factor está estrechamente vinculado a los adelantos tecnológicos de la televisión”. Aquí se hacen presentes la

escenografía, la vestimenta de los moderadores de programas, iluminación, entre otros.

- **ESTÉTICA DEL LENGUAJE:** Para la entrevistada, “este es posiblemente uno de los aspectos más pobres del mensaje en la televisión del estado Zulia”. La Lic. Pérez, da referencia a las intervenciones de los animadores en los eventos donde introducen frases en inglés y refranes inventados que atentan contra el regionalismo.

- **FUERZA VINCULANTE DEL MENSAJE:** Todo mensaje televisado debe tener vínculos entre las personas y elevar pautas culturales y evitar, de esta manera, las diferencias que se presentan en las comunidades subdesarrolladas. Para la Lic. Carmen Pérez “las televisoras zulianas son altamente desvinculantes”; pues en su contenido no prevalece la cultura, sino que la programación televisiva se utiliza para la distracción y como un pasatiempo.

- **FUERZA CULTURIZANTE DEL MENSAJE:** Dentro de las programaciones televisivas, debe existir un gran aporte cultural para la región o nación, arraigar los valores de la sociedad; la entrevistada señala que “ante una televisión como la nuestra, orientada sólo a dar dimensión, no se hace posible que transmita mensaje culturizante de ningún tipo”.

2.7.- PARRILLA DE PROGRAMACIÓN

Cada canal de televisión necesita un esquema que señale lo que se transmitirá ese día; las emisoras televisivas cuentan con un esquema para cada día de la semana, cada programa debe tener especificada la hora para ser proyectada.

Pero antes de ahondar en este tema, es necesario dejar claro la procedencia de los programas emitidos por cualquier canal de televisión:

Para González Treviño (1994:223), existen tres fuentes básicas para obtener los programas:

- **“VIDEOS COMPRADOS:** Antes de producir un video propio, es conveniente verificar si existe alguno que cubra esa necesidad específica”. Esta es la opción que toman muchos canales de televisión para bajar costos de producción, pues estos son muy elevados, ya que esto acarrea el traslado de personal, de muebles, escenografía, salarios y demás objetos básicos para el desarrollo de cualquier producción, por más pequeña que esta sea.

- **“PRODUCCIÓN INTERNA:** Muchas organizaciones crean su propio departamento de producción de video para funcionar como unidad

productora, que dé servicio al resto de la organización”, pero todo esto requiere de personal experto, además de equipos de producción y de post-producción, convirtiéndose en una meta muy costosa, en oportunidades es más rápido y “económico” comprar el material listo.

- **“PRODUCCIÓN EXTERNA:** Consiste en contratar los servicios especializados de una casa productora externa para la producción total del video, desde el guión hasta el copiado final del programa para su distribución”. Esta producción es más costosa, pero se asegura la calidad del producto final.

Un video puede ser realizado de muchas formas, la más sencilla de todas es comprarlo y producirlo externamente; pero las televisoras regionales están en la obligación de “competir” con las televisoras nacionales, en cuanto a programación respecta, elaborando sus propios productos aunque su costo sea mayor, dejando muestra de la originalidad y creatividad de los productores de estos canales regionales.

En la Revista Telos 2000 de Govea Pelekais, Cendros, Urdaneta, Neuman y Molero (1999:46), se afirma que “las televisoras regionales deben responder al reto que plantea la competencia de las empresas locales, nacionales e internacionales, en el campo de la programación audiovisual”. También aconseja que la calidad del producto debe mejorar sobre las bases

de las expectativas de su público en el ámbito nacional, luchando con las ofertas de otras productoras de proyección internacional y nacional. Las televisoras regionales, requieren de una mejoría en todo aspecto, se debe fomentar el deseo de innovar, crear algo diferente a lo “normal” para que así los habitantes de la región sienta que estas producciones, además de ser propias son originales.

Es necesario recordar que los lineamientos para la elaboración de una programación deben regirse basándose en el auditorio, sus necesidades y expectativas. Frente a la “pantalla chica”, existe un sin fin de teleespectadores menores de 16 años, ellos requieren de información basada en su desarrollo, en su cultura, en ideales propios de un buen hombre; lamentablemente este tipo de programas son “aburridos” y poseen un bajo rating, por esta razón no son transmitidos.

Todo productor debe tener en cuenta que los programas educativos no son de preferencia, pero si se planifica un buen guión, adaptado para niños y adolescente, que sea caracterizado o dramatizado por ellos mismos, con temas reales y dinámicos, es posible que además de innovar se de pauta a una nueva generación de programación.

Por su parte, Telos de Govea, Pelekais, Cendros, Urdaneta, Neuman y Fernández (2002:157), afirma que “los jóvenes piensan que los medios

transmiten principalmente, información sobre los daños que ocasionan las drogas en el consumidor, también piensan que los medios deberían tratar temas de salud". Los jóvenes captan rápidamente la información emitida por un medio audiovisual, por esta razón, la televisión debe aprovechar esta situación y enseñar a los jóvenes del país, todo lo referente a enfermedades, su prevención, la diferencia entre la realidad y lo ficticio. La televisión debe dejar de ser la "villana" y pasar a formar parte beneficiosa de la familia y de la comunidad en general.

En la programación estándar, existen demasiados vacíos, en su contenido se observan infinidades de comiquitas llenas de violencia como los Simpson, películas inmersas en escenas eróticas transmitidas en un horario inadecuado, novelas que incitan al deseo sexual y a la violencia dentro del núcleo familiar. Todos estos aspectos no pueden borrarse de la pantalla de la noche a la mañana, pero sí se puede cambiar, el camino es largo pero tiene siempre un final, por esto se debe cambiar el formato de programaciones existente y mostrar una nueva y provechosa gama de productos generados para el bienestar y desarrollo de toda la sociedad.

3.- BASES LEGALES

De acuerdo con el contenido del Reglamento de Radio y Televisión y la importancia de los artículos que en el se contempla se seleccionaron los que son acorde con el presente trabajo de investigación.

ARTICULO 5: (Ley de responsabilidad social en radio y televisión) “A los efectos de esta ley se establecen los siguientes tipos de programas:

1.- Programa Educativo: Aquel que este dirigido exclusivamente a la formación integral de los usuarios y las usuarias para el ejercicio pleno de la ciudadanía y su participación protagónica en la sociedad y el estado, a los fines de asegurar :

- a) Su incorporación y participación en el desarrollo económico, social, político y cultural de la nación.
- b) La promoción, defensa y desarrollo de los derechos humanos, garantías y deberes, la salud pública, la paz y la tolerancia
- c) La preservación, conservación, defensa y mejoramiento del ambiente para promover el desarrollo sustentables en su beneficio y de las generaciones futuras.
- d) El desarrollo del proceso educativo de las ciencias, las artes, los oficios, las profesiones, las tecnologías y demás manifestaciones del conocimiento humano, en cooperación con el sistema educativo.
- e) El fortalecimiento de la identidad, soberanía y seguridad nacional.

- f) La educación crítica para recibir, buscar, utilizar y seleccionar apropiadamente la información adecuada para el desarrollo humano emitida por los servicios de radio y televisión.
- 2) Programa Informativo: Aquel que difunde información sobre personas o acontecimiento locales, nacionales e internacionales de manera imparcial, veraz y oportuna.
- 3) Programa de opinión: aquel que difunde pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales.
- 4) Programa informativo y de opinión: Cuando en un mismo programa se combine lo enunciado en los numerales 2 y 3 del presente artículo.
- 5) Programa Recreativo: aquel que esté dirigido a garantizar el derecho a la recreación y el esparcimiento de los usuarios y las usuarias, y no puedan ser clasificados como programas de tipo educativo, informativo, de opinión”.

ARTICULO 6.- (ley orgánica de telecomunicaciones) “El establecimiento o explotación de redes de telecomunicaciones, así como la prestación de servicios de telecomunicaciones, podrán realizarse en beneficio de las necesidades comunicacionales de quienes las desarrollan o de terceros, de conformidad con las particularidades que al efecto establezcan en leyes y reglamentos”.

ARTICULO 49.- (ley orgánica de telecomunicaciones) “El Estado garantiza la prestación del Servicio Universal de Telecomunicaciones. El Servicio Universal de Telecomunicaciones es el conjunto definido de servicios de telecomunicaciones que los operadores están obligados a prestar a los usuarios para brindarles estándares mínimos de penetración, acceso, calidad y asequibilidad económica con independencia de la localización geográfica.

El Servicio Universal tiene como finalidad la satisfacción de propósito de integración nacional, maximización del acceso a la información, desarrollo educativo y de servicio de salud y reducción de las desigualdades de acceso a los servicios de telecomunicaciones por la población”.

4.- DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS:

- **TELEVISIÓN:** “No es un medio estático, sus procesos de producción avanzando cada día para no quedar atrás frente al incontrolable desarrollo de las herramientas técnicas del medio” González Treviño (1997:12) .

- **TELEVISIÓN ABIERTA:** Es el medio de comunicación masiva que “se emite a través de ondas hertzianas, con la posibilidad de ser captadas por cualquier aparato de televisor que se encuentre dentro de su zona de cobertura” Diccionario de Comunicación Audiovisual (1998:456).

- **TELEVISORA REGIONAL:** Medio “de difusión, de alcance o cobertura en las provincias o zona que comprende una región administrativa

y dedicada, principalmente, a informar sobre los sucesos de la misma. Diccionario de Comunicación Audiovisual (1998:405).

- **SEÑAL:** “Energía transmitida desde un sistema físico a otro en el proceso de información”. Diccionario de Comunicación Audiovisual (1998:428).

- **MENSAJE:** “Secuencias de signos o señales construidas según unas reglas combinatorias precisas, que un emisor envía a un destinatario a través de un canal, cuya forma resulta de los medios empleados para la comunicación y del código utilizado”. Diccionario de la Comunicación (1988:96).

- **PROGRAMAS DIDÁCTICOS:** Son los que “pretenden enseñar al televidente alguna área o disciplina, algún arte u oficio, alguna ocupación de tipo o de aplicación práctica; aquí entran los programas académicos como la tele-escuela, los de costura, manualidades, de cocina, repostería, etc.” Viya (1994:128).

- **PROGRAMAS CULTURALES:** “Tiene como propósito elevar el nivel cultural del televidente; si esto se puede hacer con entretenimiento, es más probable que el auditorio reciba y acepte el mensaje cultural. Aquí pertenecen los programas de ballet, conciertos, debates, entre otros.” Viya (1994:128).

- **PROGRAMACIÓN:** “Es el conjunto de programas, anuncios comerciales, eventos, películas, documentales, noticiarios y emisiones

especiales, que pueden ser en vivo o grabados, o una combinación de ambas”. Viya (1994:130).

- **AUDIENCIA:** “Parte de la población que es susceptible de ser alcanzada por una compañía o un mensaje”. González Treviño (1997).

- **MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL:** “Categorías de medios procedente de una misma técnica de base, perteneciendo a una amplia difusión para alcanzar en forma individual a numerosos públicos”. González Treviño (1997).

5.- SISTEMA DE VARIABLES:

“DISEÑAR LA PROGRAMACIÓN PARA UNA TELEVISORA REGIONAL DE SEÑAL ABIERTA EN VALERA, ESTADO TRUJILLO”.

V. I. = Programación para una televisora regional.

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE PROGRAMACIÓN:

“Es el conjunto de programas, anuncios, comerciales, eventos, películas, documentales, noticieros y emisiones especiales que pueden ser en vivo o grabados, o una combinación de ambas” Viya (1994:130)

DEFINICIÓN OPERACIONAL DE PROGRAMACIÓN:

Se conoce a la programación como la recopilación de documentos visuales y / o auditivos, que son transmitidos a través de los medios de comunicación masiva y recibidos por la audiencia mediante equipos de recepción de ondas hertzianas.

CUADRO DE OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
#1 Detectar las necesidades y expectativas que en materia comunicacional tiene la ciudad de Valera, estado Trujillo.	PROGRAMACIÓN	Necesidades y expectativas en materia comunicacional.	-Tipo de Público. -Funciones de la televisión. - Satisfacción. - Ventajas de la televisión.
#2 Determinar el contenido de la programación para una televisora regional de señal abierta en Valera, estado Trujillo.	PARA UNA TELEVISORA	Contenido de4 la programación para una Televisora Regional.	-Programación televisiva. -Tipos de Programas. - Distribución de los horarios. - Los comerciales. - Los mensajes televisivo.
#3 Elaborar un modelo de programación televisiva que cubra las expectativas de una televisora regional.	REGIONAL.	Modelo de programación televisiva.	-La producción y sus fases. -Estética visual. -Normativa legal.

OBJETIVO GENERAL: Diseñar la programación para una televisora regional de señal abierta en Valera, estado Trujillo.

