

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

1. ANTECEDENTES

En esta parte de la investigación se revisaron algunos trabajos similares al presente, para poder tomar nota de algunos datos importantes para realización del mismo, así como también seguir un patrón en la búsqueda de mejorar el manejo de todos los datos y recursos obtenidos cuando se recolectaron los datos y definiciones.

La investigación de Bermúdez y Osuna, que trató sobre el video como recurso audiovisual para la captación en el área agrícola de la Universidad del Zulia, (1999) Universidad Católica Cecilio Acosta; explica que salvo algunas excepciones, la educación en Venezuela no ha incorporado la tecnología audiovisual en la consecución de sus propósitos. La finalidad de este trabajo fue la de determinar la importancia del video en esa tarea, tan necesaria para toda nación. Para ello se tomó como ejemplo, la experiencia que en este sentido ha desarrollado la División de extensión Agrícola de la Facultad de Agronomía de la Universidad del Zulia, que lleva adelante un programa de capacitación agrícola, en el cual se hace uso del video.

Igualmente se enumeraron los aportes que esta herramienta hace al proceso de enseñanza, así como se estableció la relevancia de la misma en

tal actividad, a través de un panel de especialistas en áreas vinculadas al tema. Por último, se propusieron unos lineamientos con el fin de lograr una mejor utilización de este recurso audiovisual en la capacitación agrícola. Para el logro de todo lo anterior, se desarrolló una investigación de campo, en la que se emplearon tanto el método analítico como el descriptivo, a la par de haber recurrido principalmente a las fuentes primarias para la obtención de la mayor parte de la información, que sirvió de soporte a este trabajo.

Este trabajo de investigación es importante, ya que muestra las cualidades del video al momento de enseñar, y al trasladarse al objeto de estudio de esta investigación que es un video de inducción, se apreció la estrecha relación que guardan entre sí, ya que un video de inducción es una forma de orientar, mostrar, por lo que se asemeja mucho a la enseñanza.

La investigación de Terán y Urosa. Sobre unos Diseños de micros educativos televisivos como aporte a la formación intelectual del joven marabino. (1998) Universidad Católica Cecilio Acosta. Tiene como objeto de estudio Diseñar micros educativos como aporte a la formación intelectual de los jóvenes de Maracaibo y proponerlos como una alternativa para la programación de una televisora regional, en este caso Niños Cantores Televisión.

El tipo de investigación utilizado en el trabajo, bajo el concepto de Hernández Sampieri es Descriptiva-explicativa. Para el análisis de los resultados "La Entrevista" se realizó como instrumento de recolección de

datos, obteniendo su validez bajo el juicio de expertos basados en la teoría de Ezequiel Ander Egg.

Por último, se propone implantar micros educativos televisivos con la intención de realizar un aporte al sistema educativo y lograr desarrollar la formación intelectual del adolescente marabino.

Al igual que el trabajo anterior, esta investigación aportó ideas para desarrollar el diseño que se pretende realizar. Asimismo, también puede servir de guía al momento de realizar la preproducción del video, el guión técnico-literario, el presupuesto y una serie de factores que involucran la realización de un video.

Por su parte, la investigación de Bonillo Arias y Marval Paz, sobre el diseño de un noticiero para televisoras regionales en el Estado Zulia. (1998) Universidad Católica Cecilio Acosta. Tiene como objetivo diseñar un modelo de noticiero para televisoras regionales, con el fin de satisfacer las necesidades informativas del televidente actual.

Esta investigación fue de tipo interactiva, además de analítica y proyectiva, lo cual permitió conocer las actuales necesidades y gustos informativos que exige el televidente marabino.

Por su parte, como medio de recolección de datos se utilizó la encuesta (aplicada a personas mayores de 17 años y que habitan en el municipio Maracaibo) y la entrevista de tipo panel (aplicada a expertos en noticieros regionales y en materia comunicacional).

Una vez evaluados los datos, quedó demostrado que el televidente marabino no se encuentra identificado ni satisfecho con lo que presentan a diario los noticieros regionales, situación que respalda a los objetivos planteados en el Capítulo I de esa investigación, lo que condujo a la producción de un diseño de noticiero para televisoras regionales, que cubriera las necesidades informativas del televidente marabino.

Este trabajo de investigación sobre la elaboración de un noticiero regional, fue de gran ayuda al momento de buscar información sobre la estructura de los noticieros y la forma como realizan la producción del mismo. Esto contribuirá a desarrollar la variable “proceso de producción”, en el contexto regional, específicamente en la ciudad de Maracaibo, que es el lugar donde se está realizando la presente investigación.

El trabajo de Soto y Monsalve sobre el Análisis de los noticieros televisivos regionales para su optimización en las televisoras zulianas. Caso: Televiza. (1997) Universidad Católica Cecilio Acosta. Indica que el contenido de la investigación tiene como objetivo analizar el noticiero regional del canal de televisión Televiza (Telediario) con relación a la calidad de información en función de satisfacer las exigencias del público marabino y para así lograr una mejor conexión entre lo que el público quiere y el noticiero transmite.

En el Marco teórico se realizó una revisión de aspectos que sustentan el tema estudiado, como la medición cualitativa de la audiencia, la comunicación de masas, la televisión, el periodismo televisivo, los noticieros

y características de estos en el Zulia, dándole también importancia al basamento legal de los derechos a la información, así como a las cualidades de la noticia.

La metodología de trabajo de esta investigación es exploratoria-descriptiva y para obtener la información se utilizaron como técnicas de recolección: en primer momento la observación participante para conocer el funcionamiento interno de Telediario, luego la entrevista a 4 especialistas para el apoyo en el análisis de las informaciones, el cual se realizó a partir de la medición de televisión, y la encuesta para sondear las expectativas y gustos informativos de la audiencia.

Con los resultados obtenidos se llegó a las siguientes conclusiones. En primer lugar, que el tratamiento cualitativo de las informaciones de telediario es deficiente, referido a la utilización de imagen, narración, audio y del croma informativo, y en segundo lugar, que la colectividad marabina tiene una marcada necesidad de información, en especial, por las noticias de la región y que poseen un nivel relevante de aceptación al noticiero.

Igualmente, este trabajo sirvió de apoyo para el desarrollar las variables, ya que trata sobre el periodismo televisivo, los noticieros y sus características en el Zulia. Esta investigación en conjunto con la anterior, aportará una serie de elementos importantes al momento de conocer más a fondo a los noticieros regionales, importante aspecto, ya que el objeto de

estudio de esta investigación es URBE Televisión, la cual es una televisora regional.

En el trabajo de grado de Aranguren e Inciarte, cuyo estudio es sobre un video de apoyo instruccional al plan de inducción de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Escuela de Administración y Contaduría Pública de LUZ. (1997) en la Universidad del Zulia.

Su objetivo general fue realizar el video de apoyo instruccional al plan de inducción de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Escuela de Administración y Contaduría Pública de la Universidad del Zulia. Explican que el ideal de toda organización es lograr la integración y posterior identificación de sus trabajadores con la cultura organizacional de la misma. Para alcanzar este objetivo es necesario crear las condiciones que le permitan al trabajador conocer la organización y relacionarse con su ambiente laboral, con miras a que los objetivos y metas personales estén en concordancia con la misión, visión y políticas estratégicas de la empresa.

Esto sólo puede hacerse efectivo a través de la implementación de un plan de inducción eficaz que proporcione al individuo que ingrese a la organización toda la información que requiere para completar su proceso de integración. Al mismo tiempo se le da la oportunidad a los empleados veteranos de participar en este proceso, logrando que se cumplan dos objetivos, la revisión de la estructura y su ambiente organizacional y la necesaria interrelación del personal.

La Universidad, como toda organización requiere de un plan de inducción para sus trabajadores, más aún si se toma en cuenta que una de las causas del declive de los niveles académicos reside en el hecho de que se han pasado por alto criterios de selección de personal docente.

Basados en esta realidad que es reconocida por autoridades universitarias, se hace prioritaria la implementación de un plan de inducción que apoya las iniciativas que lleva adelante el Vicerrectorado Académico de la Universidad del Zulia con relación a la formación integral del personal docente. En este contexto se inserta un subprograma de inducción elaborado por la Lic. Talula de Aranguren. El mismo aspiró cubrir el vacío que existe con relación a la formación y desarrollo del personal docente de esta área, dentro de la escuela.

Todo programa de inducción y específicamente el caso mencionado, debe recurrir a la utilización de recursos audiovisuales. El video es el medio idóneo para transmitir de manera inteligible y práctica los objetivos propuestos en el plan de inducción, pues, un audiovisual facilita al empleado la comprensión del mensaje, al utilizar un lenguaje más integral que la simple palabra.

El proyecto de grado se divide en dos fases, la primera de ellas presenta el Marco Teórico Conceptual que rige el contenido de dicho video y el guión literario. En su segunda fase el proyecto presenta el guión técnico, el

presupuesto y finalmente la grabación y postproducción del material audiovisual.

Se podría decir que este trabajo de grado, es el que más puede aportar a la presente investigación, ya que ambas guardan muchísima relación entre sí. Al observar esta investigación, se tendría como guía un video realizado igualmente para apoyar el proceso de inducción de los nuevos empleados a una organización. Detallar el guión técnico-literario, los recursos que utilizaron y el manejo del video al momento de inducir ayudará en gran medida a que este trabajo se lleve a cabo.

2. BASES TEÓRICAS

2.1. VIDEO

Para Mallas (1995 p. 44) “el término “video”, en el sentido estricto y correcto, designa la formalización visual de la imagen electrónica. En sentido restringido, y asimismo correcto, es el apócope de videógrafo, llamado también magnetoscopio, aparato que, como es sabido, utiliza un soporte magnético (cinta) para registrar y reproducir señales de TV”. Otros expertos lo definen como “Procedimiento electrónico para grabar y reproducir imágenes y sonido”. Aunque actualmente, por economía lingüística se aplica genéricamente a todo lo relativo a televisión.

Según Valverde (1999 p. 35) “el vocablo video se denomina igual por el reproductor, la cámara, y el soporte magnético de las imágenes”. Por otra

parte, para De La Mota (1998 p. 302) “el video corresponde a la parte de la imagen del sistema de comunicación por televisión, cuyas señales eléctricas se encuentran entre 15Hz y 5Mhz de sistema basado en la generación de imágenes electrónicas por un proceso técnico transformador de impresiones visuales y auditivas”

Entonces se podría decir que el video es el conducto que la televisión utiliza para transmitir imágenes y sonidos de forma simultanea, dando a todos los televidentes la oportunidad de poder observar la realidad de forma más precisa que otros medios de comunicación como la prensa escrita y la radio.

2.1.1. APORTES DEL VIDEO EN EL PROCESO DE APRENDIZAJE

Para Mallas (1995 p. 52) los recursos audiovisuales, no son sustitutos del acto pedagógico, simplemente estos en determinados momentos pueden llegar a tener efectos positivos en los alumnos al momento de enseñarles, los cuales pueden ser:

- a. Redimirle de las tareas cotidianas y mecanicistas, en las que la intervención del educador no mejora de forma óptima la calidad del aprendizaje.
- b. Potenciar al máximo la cuantía y calidad de información.
- c. Presentación y tratamiento de los hechos y fenómenos de posible o muy difícil contacto directo, esto debido a que en muchas ocasiones

al momento de enseñar no se pueden trasladar a ciertos lugares, por lo que el video ayudaría a recrear mejor la situación.

- d. Identificación de bienes culturales y estéticos en los que la intervención de los procesos tecnológicos, elevan considerablemente la tasa de percepción y valoración. Ya que como se expuso en el capítulo anterior, el video es un medio muy difundido y de gran aceptación por todos, aunado a esto al emplear la tecnología este se presenta mucho más atractivo.
- e. Aproximación a la cultura de la imagen a partir de la imagen misma.
- f. Estimulación de hábitos perceptivos a merced de los cuales el alumno discrimina racionalmente el medio como instrumento de expresión y trabajo, del medio como mero artículo de consumo, frente al que, invariablemente, el educando es un espectador, pasivo, condicionado y, pero todavía manipulado. Esto se refiere a que el alumno pueda ver al video de forma más seria y no como un artículo más para comprar.
- g. Desarrollo de actitudes críticas contra la desaforada percusión de estímulos enajenantes y proclives al mal gusto que, combinados con otros factores, han degenerado en una especie de "Terrorismo Audiovisual".

Al igual que estos factores antes citados, Bermúdez y Osuna (1999 p. 45) consideran otros aportes que el video realiza al momento de enseñar:

- a. Motivación: Todas las acciones de las personas están condicionadas por la motivación, el ser humano actúa por algo que está intrínseco en el sujeto, o bien intrínseco a este al provenir del medio ambiente. Al estar supeditado el aprendizaje a la motivación, los recursos audiovisuales constituyen una fuente importante de interés para el educando.
- b. Concentra la atención: El video como medio tecnológico audiovisual tiene la capacidad de fijar la atención del sujeto en el objeto de estudio, a través de las imágenes en movimiento, los colores y el sonido, que le imprime a lo visto un mayor grado de realidad, eliminando de esta forma, posibles elementos que distraigan y le quiten importancia a lo que se está observando y aprendiendo.
- c. Igualdad de Oportunidades: El video permite abarcar a un mayor número de personas en situación de observadores, sin que esto pueda afectar la calidad de la información que se transmite. Este recurso le permite a cada una de las personas que participan en el recurso pedagógico, por igual, la posibilidad de establecer contacto de manera indirecta con las realidades, que en muchos casos están fuera de los límites de la percepción humana, o inaccesibles debido a los factores de tiempo y espacio.
- d. Retención de la Información: El individuo toma conciencia de todo lo que le rodea, a través de los ojos, el oído, entre otros órganos

encargados de recolectar toda la información que les llega del medio ambiente, para ser enviada al sistema nervioso.

2.2. INDUCCIÓN

Toda compañía aspira que sus empleados rindan más, para poder tener mayores beneficios. Núñez (2003) dice que la inducción es un “proceso mediante el cual se logra que el individuo se encuentre en condiciones psicológicas y técnicas, óptimas para el inicio de una situación”. Por ello, la inducción juega un papel fundamental en el logro de este propósito, ya que, cuando un empleado nuevo ingresa por primera vez a una organización debe acostumbrarse a todas las exigencias y necesidades que tiene la compañía. Según Mondy y Noe (1997 p. 238) “la inducción es el ajuste dirigido de nuevos empleados con la compañía, el puesto y el trabajo en grupo”. Por otra parte, Facchi (1994 p. 1) considera que:

“La inducción puede concebirse como una socialización deliberada, es decir como un proceso sistemático y planificado a través del cual se influye en los conocimientos, actitudes y comportamientos del personal que ingresa a una organización o a una nueva posición, para producir cambios que faciliten su integración y aceleren su incorporación efectiva al trabajo”

Asimismo, Meighan (1996 p. 8) afirma que la inducción es:

“Parte de un proceso permanente, que se aplica tanto a los novatos de una compañía, como para los alumnos que empiezan la escuela, estudiantes y profesores que ingresan a universidades o institutos superiores o nuevos miembros que se afilian a un club, o cuando la organización introduce nuevos procedimientos o políticas o cuando los empleados se mueven dentro de la organización, su acción va dirigida a informar y comprometer a la gente con la organización a la cual ingresan. La inducción es un proceso dentro de lo que constituye un sistema integral de Recursos Humanos”.

Como se puede apreciar en cada uno de los conceptos y definiciones que se han presentado, se podría decir que la inducción, de forma más sencilla y generalizada, es el sistema que utiliza una empresa para introducir al nuevo empleado a su puesto y equipo de trabajo, así como de las necesidades y requerimientos de la organización. Igualmente, se utiliza también para darle a conocer cada uno de los departamentos y actividades que se realizan dentro de la misma.

2.2.1. OBJETIVOS FUNDAMENTALES DE LA INDUCCIÓN

La misión y la responsabilidad que la empresa confía a los profesionales del departamento de Recursos Humanos es la de constituir el conjunto de mecanismos precisos para asegurar que todos los empleados se sientan comprometidos y ayuden eficazmente a lograr resultados en el tiempo presente y para problemas futuros, en la que la constante siempre es el cambio.

Zambrano (2003) expone que:

“La inducción es uno de los mecanismos para lograr la integración del trabajador a la organización en pleno, es decir, es un ajuste dirigido de nuevos empleados con la empresa, el puesto y el trabajo en grupo, permitiendo esa integración del nuevo trabajador en la organización, de manera que su incorporación no sea traumática”.

La inducción involucra un aprendizaje externo y un aprendizaje propio, éste último es responsabilidad del trabajador. El mismo tendrá éxito y mejores resultados si el aprendizaje externo se presta de la forma más adecuada.

Para Mondy y Noe (1997 p. 240):

“Los nuevos empleados suelen tener entusiasmo, creatividad y compromiso. Se puede perder mucho de esto con un programa inadecuado de inducción que no integre a los nuevos contratados al grupo de trabajo. En cambio, un programa efectivo realza la relación de trabajo y proporciona la base para la motivación, el compromiso y la productividad del empleado”

Está demostrado que el trabajador prestará un mejor servicio, se desempeñará mucho mejor y cumplirá eficientemente con los objetivos o metas de la organización de acuerdo a la inducción que se le brinde. Por eso se dice que la persona que recién ingresa a una organización, está preocupada básicamente por el puesto y por el supervisor, entonces cuando esta ansiedad es disipada, se puede comunicar el mensaje corporativo con mayor efectividad. Este proceso es frecuentemente responsabilidad tanto del personal de recursos humanos, como del supervisor inmediato del cargo a ocupar.

2.2.2. CARACTERÍSTICAS DE LA INDUCCIÓN

En la página de Internet (2003) <http://gestiopolis.com/> explican que:

“La inducción y la bienvenida comienzan desde que el candidato al puesto entrega su solicitud y se le proporciona información sobre la vacante que se pretende cubrir, normalmente se considera terminada cuando el empleado ha tenido suficiente tiempo para digerir la información requerida y aplica con un grado razonable de éxito lo que ha estado aprendiendo”.

En este caso, el video de inducción deberá presentar al pasante que ingresa por vez primera a URBE Televisión, un contenido similar a los que se presentan en la mayoría de los planes de inducción, los cuales por lo general incluyen lo siguiente:

Información de la organización.

Políticas de Personal.

Condiciones de Contratación.

Plan de beneficios para el trabajador.

Días de Descanso.

El trabajo a desempeñar.

Forma de Pago.

Cabe destacar, que no todos los puntos que se encuentran en esta lista son aplicables en su totalidad a la organización estudiada en este trabajo de investigación. De forma un poco más amplia se tendrá que todo buen plan de inducción debe presentar las siguientes informaciones al nuevo empleado:

Conocer la Historia de la Organización.

Visión, misión y sus objetivos.

Perfil de alto desempeño.

Horarios, días de pago, etc.

Artículos que produce la empresa.

Estructura de la organización.

Políticas de personal.

Prestaciones y beneficios.

Ubicación de servicios: comedor, baños, consultorio médico.

Reglamento interior de trabajo.

Plano de las instalaciones.

Medidas de emergencia.

Todo este compendio de informaciones lo debe tener todo proceso de inducción, para que el empleado que apenas ingresa a una nueva organización pueda conocerlas y así se amolde lo más pronto posible y con el mayor grado de efectividad a todas las exigencias y necesidades que tiene una empresa en la actualidad.

2.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Como se mencionó anteriormente, según Fernández (1998 p. 139):

“Producir es el trabajo de ensamblar, revisar y preparar todos los elementos del noticiero. Producir requiere una cuidadosa supervisión de los textos y visuales para prever acciones legales, manejos de recursos técnicos, humanos y económicos y un entendimiento completo de los asuntos que se tratarán en cada segmento del noticiero”.

Debido al gran número de tareas que se deben desempeñar al momento de realizar una producción televisiva, esta labor ha sido dividida desde hace algún tiempo en tres fases, para así facilitar el trabajo y tenerlo más y mejor organizado a fin de lograr un producto final de buena calidad.

2.3.1. FASES DE LA PRODUCCIÓN

Pues bien, luego de explicar brevemente el proceso de producción, ahora se puede dividir éste en tres fases las cuales comprenden la preproducción, la producción y la postproducción.

2.3.1.1. LA FASE DE PREPRODUCCIÓN

Existe un dicho muy famoso en la producción de Televisión que dice que la fase más importante de la producción es la preproducción. Esta afirmación generalmente es reconocida luego de que las cosas han salido mal, y es cuando las personas que trabajaron en la producción de algún programa hubieran deseado prestarle más atención.

Según Whittaker (2003) en la fase de preproducción:

“Las ideas básicas y propuestas de producción son desarrolladas y puestas en práctica. Es durante esta fase que la producción puede ser encaminada por el rumbo correcto o desviada en tal extremo que no habrá tiempo, talento o habilidad de edición que más adelante pueda salvarla”.

Por su parte, Tostados (1999 p. 86) afirma que la preproducción es la “etapa previa a la realización, etapa de planificación, es la parte de la producción más importante”, agrega además que “la televisión se hace sobre

el escritorio, se preparan presupuestos, se ven cotizaciones, se realizan contactos tanto técnicos como de talentos, se estudian tiempos y movimientos, se visitan las locaciones, se consideran comidas viáticos y transporte”.

En esta etapa todos los elementos principales son planificados, se decide quien será el talento principal, el personal de producción, asuntos como el diseño escenográfico, la iluminación y el sonido y cada uno de los pequeños detalles y necesidades para realizar la producción. Todas estas actividades deben ser coordinadas en una serie de reuniones de producción.

Una vez que todos estos elementos están en su posición y no falte ningún otro detalle, los ensayos del programa pueden dar inicio. Es en este momento cuando los productores pueden revisar en un simple segmento del programa si todo está en su lugar, para que al momento de comenzar a grabar no haya problemas de ninguna índole. Cabe destacar que la mayoría de las modificaciones que se le hacen al guión se realizan en esta fase.

2.3.1.2. LA FASE DE PRODUCCIÓN

Tostados (1999 p. 86) la producción “es la realización del programa en sí, la grabación ya sea en estudio o en exteriores, lo cual implica haber llevado a cabo toda la preproducción”

En esta fase es donde todos los elementos están organizados para darle paso a la realización propiamente dicha del programa televisivo. Las

producciones pueden ser transmitidas en vivo o grabadas. A excepción de los noticieros, remotos deportivos y algunos eventos especiales, la mayoría de las producciones suelen grabarse, para luego poder ser transmitidas o distribuidas.

La ventaja que tiene grabar un programa o segmento es que permite corregir los errores cometidos al momento de la grabación, ya sea repitiendo el segmento o haciendo modificaciones durante el proceso de edición.

2.3.1.3. LA FASE DE POSTPRODUCCIÓN

Esta es la fase final de la producción, la cual involucra una serie de actividades que tienen que ver con el proceso de montaje y edición, además de encargarse de recoger todos los equipos y guardarlos o devolverlos en caso de haberlos alquilado.

Para Whittaker (2003) “Todas las labores posteriores a la producción, como desmantelar el set, las luces, desmantelar el equipo, cumplir con las obligaciones financieras finales y evaluar la efectividad del programa son parte de la fase de postproducción”. Asimismo para Tostados (1999 p. 86) la etapa de la postproducción “es decisiva, pues implica cómo va a quedar conformado finalmente el programa. Es la edición, la inclusión de efectos especiales, musicalización, titulación, etc.”

A pesar que esta etapa presenta todos estos elementos, se suele asociar este concepto solamente con la edición del programa. A medida que

los programas de edición son manejados a través de una computadora y los efectos especiales son más avanzados y fáciles de usar, la edición se ha convertido en algo más que ensamblar segmentos en un orden preestablecido, hoy en día, se trata más de la creatividad que tenga la persona encargada de esta tarea. Esta fase realiza mucho una producción porque le da los detalles que toda buena producción debe poseer.

2.4. LA PRODUCCIÓN DEL NOTICIERO

Para Fernández (1998 p. 139) “La producción de un noticiero se divide en tres etapas claves: 1) la asignación de tareas; 2) la reunión del consejo editorial; y 3) el ensayo”.

2.4.1. LA ASIGNACIÓN DE TAREAS

En esta parte de la producción del noticiero, Fernández (1998 p. 139) explica que participan el jefe de información, el productor del noticiero y los jefes de las secciones del noticiero, como deportes, internacionales, misceláneos, etc. Por lo general, es el jefe de información que luego de leer los periódicos del día, ver algunas invitaciones de organismos en eventos pautados para ese día, entre otros, es quien asigna las tareas de los reporteros y camarógrafos del noticiero. El productor del noticiero y los jefes de secciones se encargan de recordarle algunas cosas al jefe de información

al tiempo que sugieren algunas pautas de acuerdo a su sección, en el caso de los jefes de secciones.

El jefe de información conjuntamente con el productor y los jefes de secciones, seleccionan las noticias que tendrán cobertura ese día. Determinan los elementos técnicos que necesitará cada equipo reporteril y analizan la complejidad e importancia de cada una de las noticias, para así poder realizar una pauta tentativa del orden en el que se desarrollará el noticiero.

2.4.2. LA PLANIFICACIÓN DEL NOTICIERO

Fernández (1998 p. 142) dice que el productor del noticiero debe asegurarse en esta parte del proceso que las noticias están siendo bien cubiertas y explicadas desde todos sus ángulos. Este debe adelantarse a algunos acontecimientos, como utilizar algunos reporteros para que realicen reportajes especiales. Igualmente tiene que estar preparado para insertar nuevos elementos visuales, nuevas técnicas de producción y debe estar muy pendiente de que todos los redactores tengan la información suficiente para el desarrollo de cada una de las secciones del noticiero.

Un productor precavido siempre contará con una lista de segmentos de actualidad, para prevenir acciones como cuando una pauta asignada no se puede realizar y falta un espacio que cubrir dentro del noticiero. Debe tomar decisiones firmes y correctas, debe saber a quién va a asignar las noticias y

mantener en armonía cada detalle tanto en la sala de prensa como con cada uno de los equipos que están cubriendo informaciones en exteriores.

2.4.3. LA PREPARACIÓN DEL NOTICIERO

Al volver a la estación cada reportero prepara su informe sobre la cobertura realizada, destaca elementos informativos del suceso, nombres, títulos u operaciones de los entrevistados, es como una síntesis del material grabado. Por su parte, el camarógrafo saca los cassettes y los identifica según la noticia y su número, para que al momento de visualizar, los redactores puedan reconocer más fácilmente la información.

Con el informe del reportero y los cassettes identificados los redactores pueden entonces proceder a realizar el análisis del contenido y la visualización del material, evaluando las entrevistas y dándoles el orden que corresponda. Si el redactor necesita más imágenes puede pedir las en el archivo de imágenes que debe tener los editores archivados.

En la preparación del noticiero, el productor del noticiero escoge el formato del noticiero, el cual es la estructura que va a presentar el orden de las noticias. El productor, tiene que ensamblar cada una de las piezas como: el contenido de las noticias, los visuales, efectos especiales, recortar o alargar, incluir y eliminar algunas noticias.

2.4.4. REUNIÓN DEL CONSEJO DE REDACCIÓN

El consejo de redacción decidirá según la pauta tentativa, cuáles noticias se quedarán, cuáles se agregarán y cuáles deben ser eliminadas. El jefe de información selecciona las noticias y va asignando un tiempo, según su importancia, interés y complejidad. Los jefes de secciones tratan de obtener mayor tiempo para sus secciones y cada parte acuerda, según la importancia de la sección, darle menor o mayor tiempo a una u otra.

Según Fernández (1998 p. 145) En este consejo, el director de noticias actúa como un árbitro en la disputa por la asignación del tiempo de cada noticia, ya que éste cuenta con la mayor experiencia en cuanto a aspectos técnicos, humanos, económicos y legales, lo cual le hacen la persona indicada para dar la última palabra.

Luego de esta reunión se vuelve a revisar todo el material para ultimar detalles tales como, la falta de tiempo y el recorte o alargamiento de cualquier noticia. Al mismo tiempo se analizan cada una de las noticias según su importancia, para jerarquizar y colocar la primera noticia del noticiero, es decir, la que tenga mayor impacto para la audiencia.

2.4.5. EL ENSAYO

Al ensayo asisten el director de noticias, el jefe de información, el productor, los jefes de secciones, el jefe de editores y algunos redactores. Igualmente deben asistir, los narradores en el estudio, el director general,

técnico, coordinador de piso, el técnico de sonido, teleprompter y el técnico de video tape.

Cada uno de ellos toma los guiones redactados y organizados anteriormente y proceden a realizar un pequeño ensayo de lo que será el noticiero. Los narradores se familiarizan con las noticias y cada uno de los encargados de la realización del noticiero se preparan para asegurarse que al momento de salir al aire todo salga correctamente. Es esta la última oportunidad de cuidar que ningún detalle se salga de las manos a última hora. Luego de realizar el ensayo, todos se preparan para salir en vivo y realizar así la emisión correspondiente.

2.5. MANUAL DE ESTILO Y POLÍTICA INFORMATIVA

Los manuales de estilo son un conjunto de normas lingüísticas y de estilo que una publicación periódica establece para que sus mensajes o textos periodísticos sean más coherentes, más eficaces y más correctos. Es decir, unas normas que para los redactores, de por ejemplo un diario, no tengan problemas a la hora de escribir sus textos y estos tengan una línea homogénea tanto en la presentación formal, como en la ortografía de palabras no reguladas por la norma común de la lengua española.

La página web www.unidadenladiversidad.com indica que:

“De cierta perspectiva, el sintagma “Manual de Estilo” puede ser leído como compendio de indicaciones prácticas o pasos para realizar una tarea o

hacer funcionar un aparato con otro asociado con los rasgos personales de una ejecución, la creatividad, lo peculiar de una obra”.

Es decir, que los manuales de estilo periodístico son libros de divulgación de las normativas internas de todas las clases de empresas periodísticas. Por su parte, según la página www.manualdeestilo.com los manuales de estilo “intentan constituirse en textos de consulta permanente, en este sentido se presentan como auxiliares necesarios de la práctica de la escritura”.

Por otra parte, la política Informativa del medio, según De La Mota (1998 p. 194) “es la adopción por el estado de las medidas adecuadas para asegurar la objetividad en la elección y exposición de los mensajes”, es decir, es la política que tiene un medio de comunicación social de cualquier tipo, de presentar las noticias o informaciones que se emitan diariamente, en la búsqueda de la máxima objetividad y veracidad posible.

2.6. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la búsqueda de las informaciones la División Informativa recurre a una diversidad de fuentes de información, es decir, personas o documentos principalmente, que les suministren la información que necesitan, algunas de estas pueden ser propias, otras contratadas y otras que se logran a través de contactos en la misma comunidad a la que sirven.

2.7. TIPOS DE FUENTES MÁS UTILIZADOS

2.7.1. LOS DIARIOS

La prensa escrita diaria, local, nacional e internacional, constituye una fuente de gran importancia de información para el departamento de noticias. A diario, el jefe de información prepara su guía de noticias basándose en lo que ha leído en los diarios. Igualmente, los jefes de secciones realizan un seguimiento de todo lo que se publica acerca de su sección, bien sea, deportes, farándula, internacionales, entre otras.

2.7.2. LAS AGENCIAS INTERNACIONALES DE NOTICIAS

Por lo general, todo departamento de noticias contrata a más de una agencia internacional, para que le suministren información sobre los sucesos internacionales.

En Venezuela existe una agencia nacional de noticias que depende de la Oficina Central de Información que se llama VENPRES, esta agencia se encarga de suministrar las noticias de las entidades gubernamentales. Las agencias internacionales pueden enviar en cada entrega hasta tres y cuatro partes, resúmenes especiales para la televisión, cotizaciones de las monedas y comentarios. Debido a su carácter internacional, la mayoría de sus noticias son de tipo político, económico, sucesos, deporte, cultural y farándula.

2.7.3. TELEVISIÓN POR CABLE

Hasta hace poco, los canales de televisión contrataban a servicios especiales de fotos, película y video, los cuales suministraban imágenes en video tape de diferentes partes del mundo.

Hoy en día, debido al auge de las telecomunicaciones, los canales regionales y nacionales, graban imágenes internacionales de los canales que son suministrados a través de la televisión vía cable. Este procedimiento, es mucho más práctico y económico, ya que con solo pagar la suscripción a una compañía local, se pueden grabar imágenes de diversos canales extranjeros especializados en noticias.

Por otra parte, los canales nacionales hacen lo mismo, con la diferencia que en la mayoría de los casos, tienen convenios con las plantas extranjeras que le suministran directamente la información.

2.8. BREVE HISTORIA DEL PERIODISMO TELEVISIVO

La historia del periodismo televisivo es la esencia de todo trabajo de investigación enfocado en los noticieros de televisión, es por ello que a continuación se presentan una serie de fechas y datos importantes, resumidos no forma textual de las primeras páginas del libro que lleva este mismo nombre, escrito por Fernández.

1939: La televisión hizo su aparición en el continente americano, en Estados Unidos, el 30 de abril, cuando el presidente Franklin Roosevelt

apareció ante las cámaras, en vivo, en la apertura de la Feria Mundial de Nueva York. Fue la National Broadcasting Company (NBC) la estación que realizó esta primera transmisión y la que estableció los dos primeros programas de televisión, ambos en la tarde, con una duración de una hora cada uno.

1940: la estación NBC transmitió la Convención Nacional del partido republicano desde Filadelfia, utilizando por primera vez el cable coaxial para llevar la imagen a Nueva York. La primera estación comercial fue la WNBT perteneciente a la cadena NBC. Luego surgió la WCBSTV, también en Nueva York, de la Columbia Broadcasting Systems. El 1 de julio de 1941, la Comisión federal de Comunicaciones de Estados Unidos otorga permiso a la NBC para construir su cadena nacional. Para 1942 había 10 estaciones comerciales en el aire y unos ocho mil receptores.

1941: El primer programa informativo de la CBS se inició en la primavera. Tenía dos emisiones de 15 minutos diarios. Richard Hubell era el narrador y Robert A. Skedgell era el redactor. Skedgell utilizaba los cables de la UP-Radio, mapas y cartones con fotografías fijas y dibujos.

El 7 de diciembre se dio el primer boletín extraordinario cuando ese domingo los japoneses atacaron el puerto de Pearl Harbor en Hawai. Ese día no había noticiero, pero Skedgell escuchó los reportes de la radio, fue al estudio de la WCBS y salió al aire a las 3:30 de la tarde con receptores de

los cables llegados a la redacción y mapas del campo de batalla. Combinaba la lectura de avances con el análisis de expertos militares.

1942: Los programas informativos de la WCBS terminaron en abril por escasez de material. Las diez estaciones que continuaban en la época siguieron transmitiendo durante la Segunda Guerra Mundial. En 1944, la WNBT de la NBC, transmitió películas tomadas de las convenciones de los partidos políticos en Chicago.

1945: La televisión tomó otra dimensión después de la Segunda Guerra Mundial. Después de la guerra se reactivan los programas. En 1948, la Comisión Federal de licencias congela el otorgamiento de licencias ya que no existían suficientes canales para crear un sistema nacional de televisión.

1945-1947: los programas eran básicamente de entretenimiento y deportes, y los noticieros eran radio con imágenes fijas y se utilizaban mucho los materiales filmados de la compañía Fox Movietone. En febrero de 1948, la NBC comenzó un programa diario llamado la Caravana Camel Noticias, el noticiero se organizaba con cables, gráficos y un film de 16 y 35 milímetros, con y sin sonido.

1949: la CBS inicia su noticiero de la tarde con Douglas Edwards en cámara, llamado "Douglas Edwards con las noticias". Este noticiero llegó a convertirse en el primero en audiencia por la utilización de film de 16 milímetros que procesaban en sus propios laboratorios, proceso el cual era un modelo estándar en la década de los '50.

1948-1950: las cadenas de televisión transmitían las convenciones políticas y la guerra en Corea. En 1951 la NBC y la CBS tenían alcance nacional con programas de 15 minutos. El 4 de septiembre de ese año fue cuando se completó el sistema coaxial de costa a costa.

1953: la American Broadcasting Company (ABC) inició sus programas informativos con el noticiero de John Daly y las noticias, también de 15 minutos. Dado que las tres cadenas utilizaban las mismas imágenes que se transmitían en el cine, surgió un problema. Por lo que Edward Murrow y Frad Friendly, productores de la CBS convencen a la compañía de crear CBS News Film, con sus propios camarógrafos, cámaras y lo más importante, su propio estilo de cobertura.

1954: se transmiten audiencias desde el Congreso promovidas por el senador Joseph McCarthy. En 1955, la Casa Blanca permite filmar las conferencias de noticias de Eisenhower. En 1956, la CBS mejora su sonido adoptando un sistema magnético, en ese mismo año aparece el video tape.

1960: se iniciaron las cadenas de televisión utilizando cámaras portátiles de 45 kilos, luego la CBS comenzó a perfeccionar las cámaras reduciendo su tamaño y peso. En ese año, ya existían sólo en Estados Unidos 559 estaciones de televisión y 52 millones de televisores. La NBC estaba a la cabeza informativa.

Por esto, la CBS crea el noticiero estelar CBS Evening News. Esta es la década de la madurez de la cobertura de las noticias, dadas por el desarrollo

del video tape, el surgimiento de los satélites de comunicación entre otros adelantos.

1966: Aparece la Televisión a color. Los noticieros se convierten en grandes producciones de ganancias para las cadenas. Aparecen los formatos tipo revista entre otros.

La década de los 70' se caracterizó por la cobertura que se le dio a la guerra en Vietnam, por los recursos desplegados, corresponsales en el campo de batalla, transmisiones vía satélite, entre otros. Ese mismo año aparece el sistema ENG o la captación de noticias vía electrónica, unidades móviles, mini cámaras, microondas, helicópteros y demás recursos.

En 1970, aparece el sistema de televisión por cable y en 1975, aparecen los programas de noticias de 2 y 24 horas diarias. En 1977 las cadenas presentaban las noticias vía satélite grabadas en video tape, primero que las filmadas.

Desde la década de los '70 en adelante los noticieros de televisión se han convertido en la médula espinal de todo canal de televisión. De allí en adelante, los recursos mejoraron enormemente y lo que vemos hoy en día son grandes producciones que satisfacen al público, aunque aún seguramente con muchos retos por delante.

2.8.1. EL PERIODISMO TELEVISIVO Y LA TELEVISIÓN EN VENEZUELA Y EL ZULIA

1952: El 22 de noviembre sale al aire la Televisora Nacional, canal 5, la cual trataba de complacer al Dictador Marcos Pérez Jiménez. El 1 de junio de 1953 sale al aire la primera estación comercial Televisa, canal 4, la cual tiene el aval de ser la primera televisora en realizar un remoto, cuando transmitieron la llegada de los destructores Zulia y Nueva Esparta, de la Armada venezolana al puerto de La Guaira.

1953: El 15 de noviembre inaugura sus operaciones Radio Caracas Televisión, canal 2, su programación demuestra ser mejor, con mayor calidad técnica y logra reunir a un grupo de expertos especializados en Cuba y Estados Unidos. Esta empresa es la primera en transmitir programas de concursos y telenovelas en vivo. El 8 de octubre del siguiente año, RCTV transmite el primer juego de Béisbol de la XVI Serie Mundial de Béisbol Aficionado, desde el Estadio Universitario de Caracas.

1960: Cierra sus operaciones Televiza de Caracas, canal 4 y el 1 de marzo de 1961 se inaugura Venevisión, canal 4, en los locales y con parte del equipo técnico y humano de Televiza. En 1964, inicia sus operaciones Venezolana de Televisión, la cual años después pasa a manos del Estado venezolano.

Con el arranque de la producción de RCTV se inicia El Observador Creole. Los actos de apertura del canal comenzaron a las 7 de la noche y a las 9 ya el noticiero transmitía los eventos filmados durante esos actos. El

gerente de producción de RCTV era Alfredo Ferrara, quien había sido enviado a estudiar en La Habana y con la CBS en Estados Unidos. Este junto a Alfredo Cortina, fueron los primeros en sacar a los actores a la calle para filmar exteriores de novelas y otros programas dramáticos. Las filmaciones eran en mudo y luego se doblaban en los estudios.

Alfredo Ferrara planificó la entrevista hecha al presidente Rómulo Betancourt, de Caracas a Maracaibo, por un sistema de doble vía (microondas) cuando se inauguró el Puente Rafael Urdaneta sobre el Lago de Maracaibo. Igualmente transmitió vía satélite la llegada del hombre a la luna, el 20 de julio de 1969.

Posteriormente debido al éxito que obtuvo Venevisión al crear programas de bajo costo y con mucha audiencia, RCTV toma medidas drásticas para reponerse y elimina a los productores independientes, eliminó la venta de espacios patrocinados, razón por la cual cesó el Observador Creole y dio paso al Observador Venezolano. Tras la cancelación de este contrato, la Creole patrocina en Venezolana de Televisión el noticiero, el cual quedó con el mismo nombre. Tras la nacionalización de la industria petrolera, VTV pierde el patrocinio de Creole y pasa a llamar su noticiero en los '80 La Noticia.

1957: La televisión regional comienza en Maracaibo, cuando el 1 de octubre comienza sus operaciones Ondas del Lago, canal 13 y luego

Televisa del Zulia. Cabe destacar que ambos canales tuvieron una variada programación que incluía musicales, concursos, telenovelas y noticieros.

Al principio las noticias eran leídas en cámara sin imágenes. El material informativo era suplido por Panorama y Diario de Occidente, pues la planta no tenía departamento de noticias. Las primeras imágenes noticiosas las captó el fotógrafo Gilberto Galué, quien realizaba un programa semanal de la vida social de Maracaibo. Otro de los camarógrafos que suministraba noticias filmadas a las estaciones de televisión en el Zulia fue Bernardo Medina

Televisa del Zulia primero, y luego Ondas del Lago Televisión, fracasan y cierran sus operaciones, debido a la poca ayuda económica que reciben por parte de los empresarios zulianos, los cuales prefieren publicitar sus productos en las televisoras nacionales.

3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

A continuación se definirán una serie de términos simples que tienen que ver con el trabajo de investigación, a fin de disipar algunas dudas que puedan presentarse sobre algunos aspectos concernientes al mismo.

Audiovisual: El término se refiere a todos aquellos medios que utilizan simultáneamente el sonido y la imagen. En un sentido más amplio, la palabra indica también los mensajes elaborados para ser transmitidos a través de este tipo de medios, masivos o no. (Dragnic, 1994 p.24)

Cámara: Aparato fotográfico, cinematográfico o de video, compuesto de un objetivo y diferentes mecanismos según su uso, que graba en un material sensible la imagen de los objetos que se le enfrentan, sean estáticas o dinámicas. (Spottiswoode, 1996 p. 122)

Edición: Es el proceso de confección de los espacios informativos en la radio y en la televisión, editar significa la preparación, ordenamiento, selección y jerarquización de los distintos elementos que componen el conjunto. (Spottiswoode 1996 p. 145)

Ensayar: Hacer la prueba de una dramatización, baile, espectáculo o programa antes de emitirlo o realizarlo para su grabación. (Spottiswoode, 1996 p. 161)

Enseñanza: Ejemplo, acción o suceso que sirve de experiencia, enseñando o advirtiendo cómo se debe actuar en casos análogos. (Mallas, 1995 p. 14)

Estilo Periodístico: Dentro de las normas de expresión, las especiales que deben presidir la redacción periodística en atención a su actualidad, curiosidad, conflicto, emoción, consecuencia e interés general. (Dragnic, 1994 p. 68)

Inducir: Mover a la audiencia en la dirección ideológica o de actuación que le sugiera, persuasivamente un mensaje. (Spottiswoode, 1996 p. 204)

Medio de Comunicación: Nombre que recibe el diario y las revistas y las emisoras de radio y televisión, así como el cine, de los que son

sinónimos, en el lenguaje profesional, por ser el medio o vehículo a través del cual se hace llegar el mensaje a su destinatario. (Dragnic, 1994 p. 188)

Mensaje: En general, conjunto de señales, símbolos y signos mediante los cuales se transmite un contenido. En Comunicación Social es el “que” de la fórmula de Laswell, es decir aquello que se comunica a los receptores. (Dragnic, 1994 p. 171)

Noticia: Suceso verdadero, de interés general o especializado, que comunica por primera vez de forma masiva y que constituye la base de la información. (Dragnic, 1994 p. 185)

Noticiero: También noticiario. El término pasó del periodismo impreso a la radio y la televisión. En los comienzos del teleperiodismo se designaba con esta palabra a los buscadores de noticias y a las oficinas donde se buscaban los primeros boletines. Actualmente, designa a los espacios informativos de la radio la televisión y el cine. (Dragnic, 1994 p. 186)

Pasante: Auxiliar que trabaja con un jurista para adquirir práctica en la profesión. El que asiste y acompaña al maestro de una facultad en el ejercicio de ella, para imponerse enteramente en su práctica. (Spottiswoode, 1996 p. 323)

Periodismo Audiovisual: El que informa a través de las características propias de cualquiera de sus medios: radio, televisión y cine. (Spottiswoode, 1996 p. 346)

Periodismo Televisivo: El que informa con arreglo a su especial característica sonora y visual y de mayor penetración porque por su constante agilización en el transporte de sus equipos, permite que el propio público pueda ver y oír el hecho noticioso mientras este se produce. (Spottiswoode, 1996 p. 361)

Política de un Medio: orientaciones y directrices que rigen su actuación, así como la postura ideológica que defiende. (Dragnic, 1994 p. 244)

Política Informativa: Adopción de las medidas adecuadas para asegurar la objetividad en la elección y en la exposición de los mensajes, e impedir cualquier clase de condicionamiento o coacción sobre los medios aleatorios contra el derecho humano a la información. (Dragnic, 1994 p. 249)

Producir: Aportar los medios económicos precisos para la financiación de una obra teatral, cinematográfica o serie televisiva. En radio y TV, organizar los presupuestos o conseguir todo lo preciso para la realización de un programa. (Spottiswoode, 1996 p. 401)

Programas de Noticias: La producción de programas de noticias de la televisión comprende técnicas distintas del resto de la industria de la televisión, aunque el equipo usado para registrar, editar y transmitir la imagen de distintas procedencias, es básicamente el mismo. (Spottiswoode, 1996 p. 431)

Redacción Periodística: estilo en el relato de una noticia destinada a ser impresa en una publicación y a la forma de su presentación para la imprenta. (Dragnic, 1994 p. 256)

Sección: Cada una de las partes en que se divide el contenido de un periódico o de un noticiero de radio y televisión. Cada sección agrupa a las informaciones y temas afines, dando origen a un orden preestablecido en la distribución de la totalidad del contenido de cada edición de forma estable. (Spottiswoode, 1996 p. 476)

Televisión: Visión a distancia, obtenida telegráficamente por la transmisión instantánea de imágenes de objetos, vistas o escenas reales, en virtud del funcionamiento de un conjunto de aparatos receptores especiales destinados a este fin. (Spottiswoode, 1996 p. 513)

Video Magnético: Sistema de grabación y de reproducción instantánea que ofrece grandes posibilidades operativas como las de arranque y freno instantáneo, y que permite que el último segmento grabado se reproduzca a cualquier velocidad. (Spottiswoode, 1996 p. 566)

Videocinta: Cinta magnética en que se registran imágenes visuales. Sus sistemas de captación y de reproducción son los mismos que se emplean en la televisión. (Spottiswoode, 1996 p. 569)

Video tape: Locución inglesa que designa la cinta magnética que registra simultáneamente imagen y sonido para su posterior reproducción. (Spottiswoode, 1996 p. 572)

Videógrafo: También llamado magnetoscopio, es un aparato que utiliza un soporte magnético para registrar y reproducir señales de televisión. (Mallas, 1995 p. 44)

4. SISTEMA DE VARIABLES

4.1. DEFINICIÓN CONCEPTUAL

4.1.1. VIDEO DE INDUCCIÓN

Para Mallas (1995 p. 44) “el término “video”, en el sentido estricto y correcto, designa la formalización visual de la imagen electrónica. En sentido restringido, y asimismo correcto, es el apócope de videógrafo, llamado también magnetoscopio, aparato que, como es sabido, utiliza un soporte magnético (cinta) para registrar y reproducir señales de TV”.

Facchi (1994 p. 1) considera que:

“La inducción puede concebirse como una socialización deliberada, es decir como un proceso sistemático y planificado a través del cual se influye en los conocimientos, actitudes y comportamientos del personal que ingresa a una organización o a una nueva posición, para producir cambios que faciliten su integración y aceleren su incorporación efectiva al trabajo”

Por lo que, realizando un concepto entre los dos autores se podría decir que un “Video de Inducción” es un soporte magnético (cinta) que registra y reproduce señales de televisión, empleado para un proceso sistemático y planificado a través del cual se influye en los conocimientos, actitudes y comportamientos del personal que ingresa a una organización o a una nueva

posición, para producir cambios que faciliten su integración y aceleren su incorporación efectiva al trabajo.

4.1.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Según Fernández (1998 p. 139):

“Producir es el trabajo de ensamblar, revisar y preparar todos los elementos del noticiero. Producir requiere una cuidadosa supervisión de los textos y visuales para prever acciones legales, manejos de recursos técnicos, humanos y económicos y un entendimiento completo de los asuntos que se tratarán en cada segmento del noticiero”.

Se dice que es un proceso, ya que engloba tres fases las cuales comprenden la preproducción, la producción y la postproducción.

4.2. DEFINICIÓN OPERACIONAL

4.2.1. VIDEO DE INDUCCIÓN

Es el uso del video, el cual transmite imágenes en un televisor, para ayudar al proceso de acoplamiento que requieren los nuevos empleados de cualquier organización, en el conocimiento de las actividades que van a desempeñar; asimismo darles a conocer los diferentes departamentos y estructura organizativa de la empresa con el fin de que la organización pueda sacar en un menor tiempo el mayor provecho de sus nuevos empleados.

4.2.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Es la organización y materialización de las ideas planificadas, por recursos humanos y apoyo técnico, para la creación de un producto audiovisual, el cual tenga un aporte a la sociedad. La producción de televisión debido a que es muy compleja, tiene que estar dividida en tres partes fundamentales para su optimización, las cuales comprenden la preproducción, en la que se planifica y afinan detalles del programa; la producción, que es la materialización de todas las ideas anteriormente pensadas y planificadas; y por último la postproducción, la cual se encarga de realizar los últimos detalles, entre ellos el más importante la edición del programa para darle un orden específico.

CUADRO 1

DISEÑO DE UN VIDEO DE INDUCCIÓN DIRIGIDO A PASANTES SOBRE EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL NOTICIERO DE URBE TELEVISIÓN

OBJETIVO GENERAL:

DISEÑAR UN VIDEO DE INDUCCIÓN DIRIGIDO A PASANTES SOBRE EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL NOTICIERO DE URBE TELEVISIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
1. Determinar las necesidades de información que sobre el proceso de producción del noticiero tienen los pasantes que ingresan a URBE Televisión	PROCESO DE PRODUCCIÓN	Las necesidades de información sobre el proceso de producción de un noticiero de televisión.	PLANIFICACIÓN PRODUCCIÓN EDICIÓN Y MONTAJE FUENTES DE INFORMACIÓN POLÍTICA INFORMATIVA
2. Establecer los requerimientos de los productores sobre el contenido del video de inducción a ser dirigido a los pasantes de URBE Televisión	PROCESO DE PRODUCCIÓN	Los requerimientos de los productores sobre el contenido del video	PRODUCCIÓN FORMATO LENGUAJE

Fuente: Sutherland, 2003.