



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS PREVIA AL GRADO DE LICENCIADO EN COMUNICACIÓN
SOCIAL Y PUBLICIDAD

REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA TELEVISIVO QUE DEBATA
ASUNTOS DE IMPORTANCIA SOCIAL

REALIZADO POR:

GALO RENATO MOLINA QUEZADA

JONATHAN ALBERTO HERRERA MONTES

DIRECTOR:

LCDO. MATIAS ZIBELL

FEBRERO - 2013

CUENCA - ECUADOR

1. TEMA:

Realización de un programa televisivo que debata asuntos de importancia social.

2. PÁGINAS PRELIMINARES

2.1 Dedicatoria

GALO.

“Esta tesis va dedicada a mi madre y a mi hermana dos ángeles terrenales que Dios puso en mi camino, mi ejemplo, mi apoyo y mi fortaleza; dos pilares fundamentales que nunca dejaron de creer en mí y que muchas veces cambiaron su tiempo por mis ilusiones”.

JONATHAN.

“A Dios”.

“Por brindarme la oportunidad de estudiar regalándome todas las herramientas necesarias para cursar por los momentos fáciles y difíciles que tiene la vida”.

“A mis padres”:

“Por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo. Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos”.

“A personas”.

“Dedico este trabajo a aquellas personas que dijeron que no podía lograrlo, y cuando vieron que no podían detenerme quisieron decirme cómo hacerlo, y cuando vieron que lo terminé dijeron que siempre han creído en mí, dedico a

ellos este trabajo porque fueron muy importantes para mí para forjar mi ser en esta vida”.

2.2 Agradecimientos.

GALO.

Primero que nada a aquel que hace posible lo imposible, al amigo que nunca falla, Jesús; a mi Madre Dolorosa intercesora y protectora incansable; a mi madre, a mi hermana, a mis profesores, especialmente al Lcdo. Matías Zibell y a la Lcda. Caty Gonzalez, colaboradores y guías de esta tesis, a mi compañero y amigo Jonathan con quién compartimos hoy la satisfacción de culminar este proyecto y con el cual compartimos toda la vida universitaria; al Dr. Oswaldo Encalada eminencia de la pedagogía y de la lengua castellana, a Unsión Tv por colaborar en etapas decisivas de este proyecto, a mis amigos Pedro y Santiago que siempre me estuvieron apoyando y colaborando cuando lo necesité, siempre de forma desinteresada y sincera, a mis compañeros y familiares todos son parte de la culminación de esta etapa tan importante, por eso siempre gracias.

JONATHAN.

De todo corazón agradezco a mi Dios por la oportunidad, agradezco a mis padres por su apoyo, a mis profesores por su paciencia y su conocimiento, y a mi compañero y amigo Galo Molina por 4 años de amistad donde vivimos momentos de risa, de tensión donde aprendimos a superar cada trabajo con éxito, agradezco a mi director de tesis por aceptar manejar su primera tesis con este par de locos, y tener paciencia al decirnos que debíamos cambiar, a todos ellos que Dios les bendiga....

2.3 Índice de Contenidos.

1. TEMA	2
2. PÁGINAS PRELIMINARES	2
2.1 Dedicatoria	2
2.2 Agradecimientos	3
2.3 Índice de Contenidos.....	4
2.4 Índice de Ilustraciones.....	6
2.5 Índice de Cuadros.....	10
2.6 Índice de Anexos	11
2.7 Resumen.....	12
2.8 Abstract.....	13
3. INTRODUCCIÓN.	14
3.1 Problemática	14
3.2 Objetivos	15
3.2.1 Objetivo general.....	15
3.2.2 Objetivos específicos.....	15
3.3 Justificación	16
3.4 Propuesta	17
4. CAPÍTULO 1	18
4.1 Marco teórico	18
5. CAPÍTULO 2	23
5.1 Análisis comparativo de programas de debate.	23
5.2 Investigación y definición del público objetivo y de sus gustos y preferencias.	24
5.3 Investigación Cuantitativa.	34
5.3.1 Encuestas.....	34
5.3.2 Encuesta Adjunta:	48
5.3.3 Informe de la encuesta adjunta	49
5.4 Investigación cualitativa	56

5.4.1	Entrevistas en profundidad.....	56
5.4.2	Informe de las entrevistas en profundidad.....	70
5.4.3	Nivel de percepción de imagen de distintos canales.	73
5.4	Matriz de definiciones y avances.	82
5.5	Ranking Google:.....	86
6.	CAPÍTULO 3	87
6.1	Elaboración del formato	87
6.1.1	Logo.....	87
6.2	Segmentos	89
6.3	Matrices	90
6.4	Análisis de la creación del logo	91
6.5	Análisis de elección del programa de edición	94
6.6	Análisis interno del programa de edición	95
7.	CAPÍTULO 4	99
7.1	Definiciones técnicas y Recursos fílmicos	99
7.2	Convenio	100
7.3	Casting de talentos.....	102
7.4	Estudio de locaciones.	112
7.5	Definición de invitados.....	116
7.6	Story board y guión.	116
7.7	Guión.....	120
7.8	Entrega del piloto a un productor de televisión y aun periodista para su evaluación y validación. (Informe)	121
8.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	122
9.	PRESUPUESTO	126
10.	CONCLUSIONES:	128
11.	RECOMENDACIONES:.....	129
12.	BIBLIOGRAFÍA:.....	130
13.	ANEXOS:.....	132

2.4 Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Estadísticas de barrios	27
Ilustración 2 Encuestas Masculinas y femeninas	34
Ilustración 3 Ocupaciones	34
Ilustración 4 Tiempos en Tv	35
Ilustración 5 Programación de Tv	36
Ilustración 6 Porcentaje de la observación de Tv	36
Ilustración 7 Tipo de programación	37
Ilustración 8 Conocimiento del debate	38
Ilustración 9 Programas de debate	39
Ilustración 10 Calificación invitados	39
Ilustración 11 Calificación de la ciudadanía	40
Ilustración 12 Calificación de la credibilidad	40
Ilustración 13 Características del programa	41
Ilustración 14 Porcentajes de canales de Tv	42
Ilustración 15 Percepción de un programa de debate	42
Ilustración 16 Tentativa de horarios	43
Ilustración 17 Percepción del set	44
Ilustración 18 Número de invitados	44
Ilustración 19 Estilo de los caracteres	45
Ilustración 20 Percepción del programa	45
Ilustración 21 Tipo de música	46
Ilustración 22 Tipo de contenidos	46
Ilustración 23 Definición del nombre del programa	47

Ilustración 24 Temas a debatir	47
Ilustración 25 Tipo de fórmula	50
Ilustración 26 Procedimiento de la fórmula	50
Ilustración 27 Percepción de Ecuador Tv.....	51
Ilustración 28 Logo de Ecuador Tv	51
Ilustración 29 Gustos por el Logo.....	52
Ilustración 30 Colores de Ecuador Tv.....	52
Ilustración 31 Slogan de Ecuador Tv	52
Ilustración 32 Percepción de los canales	53
Ilustración 33 Programa de identifica a Ecuador Tv	54
Ilustración 34 Percpción de los encuestados.....	54
Ilustración 35 Cambios de Ecuador Tv.....	55
Ilustración 36 Nuevo programa en Ecuador Tv.....	55
Ilustración 37 Comparación de Telecuenca.....	74
Ilustración 38 Comparación de Telerama	75
Ilustración 39 Comparación de Ecuavisa	75
Ilustración 40 Comparación de Tc	76
Ilustración 41 Comparación de Gama	76
Ilustración 42 Comparación de Teleamazonas.....	77
Ilustración 43 Comparación de Rts.....	77
Ilustración 44 Comparación de Canal Uno	78
Ilustración 45 Comparación de Íntimas.....	78
Ilustración 46 Comparación de Unsión.....	79
Ilustración 47 Comparación de Rtu	79
Ilustración 48 Comparación de Austral.....	80

Ilustración 49 Comparación de Cañar Tv	80
Ilustración 50 Comparación de Oromar Tv	81
Ilustración 51 Comparación de Ecuador Tv	81
Ilustración 52 Primer Logo	87
Ilustración 53 Programa Cinema 4D	87
Ilustración 54 Pasos para crear el logo	88
Ilustración 55 Segundo logo	90
Ilustración 56 Logo Final	92
Ilustración 57 Logo cambio de color	93
Ilustración 58 Programa de edición	93
Ilustración 59 Programa abierto de edición	94
Ilustración 60 Montaje de línea gráfica	96
Ilustración 61 Manejo de capas	96
Ilustración 62 Procedimiento de render	97
Ilustración 63 Programa LiveType	97
Ilustración 64 Montaje de caracteres	98
Ilustración 65 Invitados	113
Ilustración 66 Grabación primer bloque	114
Ilustración 67 Toma al presentador	114
Ilustración 68 Dirección de cámaras	115
Ilustración 69 Control de guión	115
Ilustración 70 Crecimiento de Facebook.....	133
Ilustración 71 Facebook en América	133
Ilustración 72 Facebook en países latinos	134
Ilustración 73 Facebook en Ecuador	134

Ilustración 74 Penetración de facebook en el mercado.....	135
Ilustración 75 Facebook en el país.....	136
Ilustración 76 Rango de mayor uso de facebook en el país.....	136
Ilustración 77 Penetración en el mercado según géneros.....	136
Ilustración 78 Tiempo de Uso	137

2.5 Índice de Cuadros.

Tabla 1 Comparación de programas de debate	23
Tabla 2 Número de encuestas por sector	25
Tabla 3 Tipo especial de encuestas	73
Tabla 4 Matriz de debates	82
Tabla 5 Ranking de canales	86
Tabla 6 Matriz de la creación del logo	91
Tabla 7 Matriz de la definición del programa de edición	94
Tabla 8 Análisis del programa de edición	95
Tabla 9 Elección del presentador	102
Tabla 10 Definición del presentador	103
Tabla 11 Comparación de presentadores	104
Tabla 12 Características de los presentadores	105
Tabla 13 Matriz de elección de presentador	106
Tabla 14 Matriz de presentadores	107

2.6 Índice de Anexos.

ANEXO 1 Investigación de la Consultora Advance con respecto al consumo de Facebook en Ecuador.....	132
---	------------

2.7 Resumen.

Punto de vista no es un programa de televisión común y corriente pues ha sido estructurado basándonos en la necesidad de la realización de un programa televisivo que debata asuntos de importancia social, necesidad que no sólo es el tema base de este proyecto sino que cumple también con la finalidad de integrar a diversos profesionales para tratar sobre temas controversiales y de alto impacto social, al vincularlos al debate de un tema, tendrán que investigar al respecto y defender su postura con base en fundamentados y criterios firmes, además deben apoyar sus teorías con estudios y cifras, para que de esta manera quede comprobado que no simplemente son teorías, esto hace que Punto de Vista tenga mayor credibilidad.

Según esta estructura el público recibirá información de calidad y expuesta de manera completa e imparcial dejando que sean ellos quienes saquen sus propias conclusiones y al tiempo generando un post debate ya sea en familia, en el trabajo o entre amigos. El primer tema tratado en el programa piloto habla de cómo las redes sociales están afectando a las personas en su desarrollo en la sociedad y a la vez que beneficios han brindado a la misma, este tema fue definido a través de encuestas a la ciudadanía y con las cuales también constatamos la necesidad de crear un programa de debate con características nuevas y con objetivos claros, que se diferencie de los actuales.

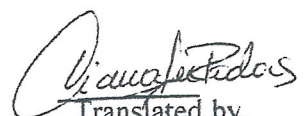
Este programa fue diseñado dentro de una investigación basada en la Metodología para la generación y creación de contenido familiar y juvenil. Con una implementación técnica apropiada y con características únicas y actuales que logren que el debate sea la herramienta más adecuada para tratar temas sociales de alta importancia.

ABSTRACT

Point of View is not a common television show since it has been structured with the intention of integrating diverse professionals in order to deal with controversial issues with high social impact. Since the professionals will be involved in a debate, they will have to investigate a certain issue and defend their position based on argumentation and firm criteria. In addition, they must support their theories with studies and numbers in order to prove these theories. These aspects give more credibility to *Point of View* and with this structure it will provide the audience with quality information, which will be presented in a complete and impartial manner. Consequently, the audience will be able to make their own conclusions and the show will generate post debates with family members, at work or with friends.

This program was designed through an investigation based on a methodology to create and generate content for families and young people. It was implemented with appropriate techniques and unique and current characteristics that turn debates into the most adequate tool to deal with highly important social issues.




Translated by,
Diana Lee Rodas

3. INTRODUCCIÓN.

3.1 Problemática:

En el Ecuador no existe un programa televisivo de transmisión nacional que analice, trate y debata temas de índole social con un enfoque crítico e imparcial. Jesús Martín Barbero en su artículo “El control es un atentado contra la libertad” publicado en el Diario “El Comercio” el 20 de mayo de 2011, sostiene que las sociedades también se construyen a partir de los medios de comunicación (8 B). Tomando esa premisa, es indispensable comprender y ser conscientes de la enorme responsabilidad que tienen los medios de comunicación con la publicación o transmisión de programas, criterios y conceptos, ya que estos, pueden ser tomados como ejemplo o como una verdad absoluta por la audiencia.

Los programas de debate generan la cultura del análisis, siempre y cuando sean realizados con equidad buscando una conclusión real, producto de un análisis efectivo sin caer en el escándalo o el amarillismo, situación que no se da en nuestro país, en el cual los programas de este tipo, comunmente presentan una tendencia parcializada y en su desarrollo utilizan como atractivo para el público una polémica sensacionalista, esto ha sido constatado por medio de entrevistas a profundidad que fueron realizadas a dos psicólogos educativos, para conocer el impacto psicológico de este tipo de programas en las personas; a un sociólogo para diagnosticar la necesidad de la cultura del debate en la sociedad; a tres periodistas, para conocer el criterio de un profesional en el área respecto a la viabilidad y necesidad de la creación de un programa de esta índole; a dos productores de televisión para conocer los métodos y esquemas para la realización de estos programas; a cuatro líderes sociales y a cuatro ciudadanos, para definir el criterio desde el punto de vista del público, los resultados tuvieron unanimidad con respecto a la importancia y necesidad de la creación de un programa de debate ante la inexistencia de este tipo de emisiones en el Ecuador, los resultados de estas entrevistas se ampliarán en el capítulo correspondiente.

3.2 **Objetivos:**

3.2.1 **Objetivo general:**

Elaborar un programa de debate para televisión que trate temas de interés común y de importancia social.

3.2.2 **Objetivos específicos:**

Analizar comparativamente dos programas de debate a nivel internacional, su formato y las características de los mismos.

Investigar y definir el público objetivo, sus gustos y sus preferencias.

Elaborar el formato del programa y definir la matriz de diseño del mismo.

Grabar y evaluar el programa piloto.

3.3 Justificación:

La comunicación es el medio idóneo para identificar los distintos problemas sociales que afectan a nuestra sociedad y que deben ser tratados y analizados de manera pública, generando un espacio de debate crítico. Por lo tanto es necesaria la creación de un programa de esta índole que sea difundido por televisión y que tenga características únicas y atractivas que pueda ser visto en familia y que genere resultados positivos en los televidentes. Los programas existentes en nuestro país y que están relacionados con temas de debate son los siguientes:

PROGRAMAS DE DEBATE EXISTENTES Y REGULARES:

Entre Líneas: OROMAR TV.

SEGMENTOS DE DEBATE EXISTENTES Y REGULARES:

Los Desayunos: TELEAMAZONAS.

Contacto Directo: ECUAVISA.

Así somos: ECUAVISA.

Palabra suelta: ECUADORTV.

PROGRAMAS DE DEBATE EN PLANIFICACIÓN:

Casa de la política: RTU.

ESPACIOS DE OPINIÓN PÚBLICA REGULARES:

Noticieros.

Contacto al amanecer: ECUAVISA.

La Caja de Pandora: ECUADORTV.

PROGRAMAS DE DEBATE OCASIONALES E IRREGULARES:

Debates puntuales con invitados y temas de interés.

3.4 Propuesta:

Debido a lo antes mencionado se propone la realización de un programa televisivo que debata asuntos de importancia social que se podría denominar con el nombre comercial de “Punto de Vista”, que constará de un moderador capacitado para las situaciones que se presenten, cuatro invitados como panelistas profesionales y con experiencia en el tema que se debata, dos a favor y dos en contra, buscando una equidad de criterios. El programa será transmitido dos días a la semana (martes y jueves) en horario AAA (20h30) por un canal de televisión local o nacional. El manejo visual del programa será trabajado en alta definición, usaremos tres cámaras profesionales de video y como un plus proyectaremos extractos de testimonios y opinión ciudadana o programas que se relacionen con el tema a tratar.

4. CAPÍTULO 1

4.1 Marco teórico

Rodrigo Peralbo en su obra “El lenguaje en el periodismo de opinión” menciona que “sin comunicación la organización social es imposible. La influencia de un grupo jamás puede ir más allá del uso de sus vías de comunicación efectivas. El individuo que no habla con ningún miembro de un grupo está necesariamente aislado. El individuo que solo habla con los miembros de un grupo desarrolla una fuerte dependencia para recibir la información que necesita” (30). Este programa, al ser televisivo, llega a un público numeroso, que encuentra en este medio una fuente de información primaria y a la vez una forma de adquisición de temas de conversación para compartir con su grupo social, es importante generar la cultura del debate para el nacimiento de nuevos puntos de vista y la apertura a nuevos criterios, dejando de un lado una mentalidad cerrada.

Juan Manuel Rodríguez declara en su libro “Evolución y retos de la televisión”, que “la televisión es como una fogata que reúne a la tribu alrededor del fuego, la diferencia es que la presencia ante el fuego es directa y carismática, en cambio nuestra presencia ante la televisión es ilusoria y solitaria”, (17) si vemos el partido final del campeonato mundial de fútbol ya tenemos un tema de conversación en la oficina; es grato que el grupo de personas nos acepte porque compartimos un mismo repertorio, de este modo perdemos el miedo al rechazo y al extrañamiento, nos integramos y nos creemos aceptados por la comunidad. La intención de crear un programa de debate con temas sociales es lograr que la comunidad se sienta aceptada por sus pensamientos, y creencias; donde no haya cabida para la espiral del silencio.

John Gowan en su obra “Norteamericano, ingeniero y productor de TV”, menciona que “la televisión es un medio al cual la sociedad actual da mucha importancia. No hay que buscar muy lejos para encontrar revistas, periódicos, programas en la televisión en donde se admira a las celebridades de la pantalla chica y de la pantalla grande, los protagonistas de los

programas favoritos son admirados y muchos televidentes, inclusive, pretenden llegar a ser una de las celebridades de la televisión” (35), nuestro autor indica que generalmente los televidentes se identifican con una de las celebridades televisivas y que comparten muchas de sus ideologías, y si no las compartieran las respetan mucho, debido a esto nuestro programa de debate es una especie de guía al televidente para mostrar y enseñar criterios y pensamientos analizados profundamente para que ellos decidan si son correctos o no.

Ernesto Clavijo en su obra “Sistemas informativos por televisión” comenta que “quienes van al campo a hacer reportajes no deben editorializar la noticia. Nos debemos a la audiencia y debemos respetarla, quien está en la pantalla debe ofrecer todos los elementos y no decir si están bien o mal”. (106) en este punto dejamos claro que el espectador o público tiene derecho a decidir si lo que se dice en el programa es correcto o incorrecto, el presentador del programa no podrá dirigir el programa basándose en su criterio, es por ese motivo que en el programa se dará toda la información necesaria para que el televidente pueda juzgar y decidir por sí mismo y sin ideas impuestas.

El periodismo de opinión cumple una elevada función social, porque está delineado para influir en el pensamiento de las masas; pero en el proceso intervienen consideraciones científicas y técnicas, formación y deformación profesional y consideraciones éticas, filosóficas, ideológicas y doctrinarias. (Peralbo 15) el programa que proponemos debe buscar un punto neutral de debate, con temas de interés y aporte general sin segmentaciones, que puede interesar a cualquier ciudadano y llegar a las masas con un pensamiento crítico de debate interno en cada televidente.

En el periodismo de opinión se expresan juicios de valor sobre algo y acerca de alguien, lo que implica que siempre se estará a favor o en contra y que, por lo tanto, no admite la tan buscada imparcialidad y objetividad. (Peralbo 73) es imprescindible la búsqueda de un punto neutro en temas sociales, que las partes en debate esten en igualdad de condiciones al exponer

sus criterios divergentes entre ellos pero con igual validez, generando un periodismo de debate y opinion neutral.

En nuestro país, debido a la estructura de los medios, a los bajos sueldos y salarios de los periodistas, a la urgencia de las exigencias de la redacción, no se ha desarrollado un periodismo investigativo y por esa razón los hechos y acontecimientos se convierten en banales, superficiales y efímeros. (Peralbo 75) este es un mal que afecta en manera directa a nuestros comunicadores, por eso el programa de debate “Punto de Vista” busca ser un programa independiente que trate temas de interés social no políticos o comerciales, así sin presiones y sin influencias se analizan estos temas de manera crítica y profunda.

La opinión pública siempre ha estado en debate y ha merecido cuestionamientos y hasta negaciones. No es el resultado de la libre discusión de las ideas, sino que más bien son corrientes de opinión creadas por los sectores dominantes a través de los medios de comunicación de los que son propietarios o actores influyentes. (Peralbo 77).

Estos son tiempos en los que la verdad es reemplazada por mentiras técnica y científicamente preparadas; en los que la honradez y decencia son aniquiladas para dar paso a la corrupción en todas sus formas, que objetivan los más bajos instintos humanos y que son capaces de pudrir las conciencias más firmes y obnubilar las inteligencias más preclaras, como producto acabado de las doctrinas neoliberales. (Peralbo 244) los periodistas pueden transformar una idea en acto o un supuesto en verdad con solo unas pocas palabras basándose en esa capacidad de influencia propia del comunicador y también, y más importante todavía, en la capacidad de ser influenciados que demuestren tener los oyentes o lectores.

Peter Schenkel en su obra “Periodismo y Democracia” declara que “No hay que olvidar que en el papel del trabajo periodístico, la primera responsabilidad es la de informar, y luego viene la otra posibilidad, que es muy importante, que puede ser periodismo crítico, periodismo de investigación, periodismo de análisis; eso que ayer se comentaba como el perro guardián de la sociedad o la conciencia de la sociedad,” (113).

Para el desarrollo de un programa de debate televisivo que tenga características adecuadas y óptimas para la audiencia, es necesario definir y utilizar las herramientas de investigación más idóneas y que se puedan aplicar de manera imparcial para conseguir un resultado eficaz y objetivo. El tipo de investigación que se utilizará en este análisis es la investigación aplicada cualitativa - cuantitativa, las herramientas a utilizar son:

Análisis de contenidos.- con el que se busca comparar el entorno social en el que se desarrolla la sociedad ecuatoriana con los temas a tratar en los diferentes programas, sólo así el mensaje comunicacional y la intencionalidad introducida en los debates serán los adecuados y cumplirán el objetivo deseado, además, nos permitirán definir los recursos a utilizar. Además se analizará de forma comparativa otros programas de debate televisivo internacional como “El Debate” de España, "59 segundos" de TVE1. (CADENASER), “Debate Sin Fronteras” de Argentina (IDEBATE) y “La Noche” de Colombia (RCN).

Investigación Bibliográfica – Documental.- sustenta y fundamenta lo analizado con teorías y datos concernientes al tema tratado y constata lo expuesto en la justificación de este estudio, además de conceptos y criterios en torno a este tipo de programas y sus características.

Entrevistas a profundidad.- permiten conocer los criterios y puntos de vistas de personas profesionales, entendidas y relacionadas en torno a programas de debate, su importancia e impacto en la ciudadanía y la necesidad de crear un programa de estas características, realizadas en cantidad de dieciséis y efectuadas a dos Psicólogos educativos, a un Sociólogo, a tres periodistas, a dos productores de televisión, a cuatro líderes sociales y a cuatro ciudadanos.

Grupo Focal.- para la evaluación y aprobación del programa.

Encuestas.- encuestas a ciudadanos que permitan definir una muestra cuantitativa de nuestro posible segmento o target, además de conocer sus

gustos y preferencias en torno a los contenidos, formato del programa, características, temas, etc.

Para la investigación del criterio y recordación en torno a los programas televisivos de debate en el Ecuador, se realizarán encuestas a una muestra de 383 ciudadanos resultado de un universo de 208030 cuencanos entre 18 y 40 años, el dato inicial se obtuvo por medio del último Censo de Población y Vivienda del año 2010 realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) y definimos las edades de acuerdo al promedio de edad de los jóvenes adultos y padres de familia que se ubican en el rango antes mencionado.

5. CAPÍTULO 2.

5.1 Análisis comparativo de programas de debate.

Tabla 1 Comparación de programas de debate

PAÍS	DURACIÓN	HORARIO	DIAS	INVITADOS	MODERADOR	HERRAMIENTAS	TEMAS
ECUADOR	60 min	6:55	Lunes y Martes	UNO	UNO	DEBATE	POLÍTICOS
ECUADOR	60 min	7:00	Lunes a Viernes	UNO O DOS	UNO	DEBATE, VIDEOS	POLÍTICOS
ESPAÑA	230 min	22:00	Sábados	CUATRO	DOS	DEBATE, REPORTAJES	SOCIALES
ESPAÑA	90 min	21:30	Miércoles	DOS	UNO	DEBATE	POLÍTICOS
CHILE	60 min	23:45	Miércoles	UNO	DOS	DEBATE, VIDEOS	SOCIALES
COLOMBIA	60 min	23:00	Martes a Viernes	UNO	VARIOS	DEBATE, VIDEOS, REPORTAJES.	POLÍTICOS

5.2 Investigación y definición del público objetivo y de sus gustos y preferencias.

Con la intención de conocer los gustos y preferencias en torno a los contenidos, formato del programa, características, temas, etc.; que tienen los ciudadanos hacia nuestro proyecto, se definió una muestra cuantitativa de nuestro posible segmento o target para la realización de las respectivas encuestas.

Universo (N)	208030
Error deseado	5
Valor Z para 95% de confianza	1,96
Porcentaje de respuesta (P)	0,5
1-P	0,5

FÓRMULA
$n = P(1-P) / ((D^2/Z^2) + (P(1-P))/N)$

	Expresión del error (D)	0,05
1er paso	$P(1-P)$	0,25
2do paso	(D^2/Z^2)	0,000650771
3er paso	$(P(1-P))/N$	0,0000012
4to paso	$((D^2/Z^2) + (P(1-P))/N)$	0,0006520
5to paso	$n = P(1-P) / ((D^2/Z^2) + (P(1-P))/N)$	383
6to paso	Muestra Final (n)	383

Se realizaron encuestas a una muestra de 383 ciudadanos resultado de un universo de 208030 cuencanos entre 18 y 40 años, las cifras mencionadas y el rango de edad fueron definidos basándose en el informe del último Censo de Población y Vivienda del año 2010 realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) en el cual se menciona a los ecuatorianos entre las edades mencionados como las personas con mayor influencia decisiva y con mayor adquisición de productos y servicios. Luego de segmentar las 383 encuestas por el peso poblacional que contienen las veinte parroquias urbanas del cantón Cuenca ubicadas y censadas por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) obtuvimos los siguientes resultados:

Tabla 2 Número de encuestas por sector

PARROQUIAS	PORCENTAJES	PERSONAS
YANUNCAY	8,36	32
EL VECINO	7,57	29
TOTORACocha	6,01	23
BAÑOS	5,22	20
El BATÁN	4,70	18
BELLAVISTA	6,53	25
CAÑARIBAMBA	3,13	12
SININCAY	5,74	22

EL VALLE	9,14	35
GIL RAMIREZ DÁVALOS	1,83	7
HERMANO MIGUEL	2,61	10
HUAYNA CAPAC	3,92	15
MACHÁNGARA	3,13	12
MONAY	4,44	17
RICAURTE	6,53	25
EL SAGRARIO	2,35	9
SAN BLAS	3,13	12
SAN SEBASTIÁN	7,31	28
SUCRE	4,44	17
TARQUI	3,92	15
TOTAL:	100,00	383

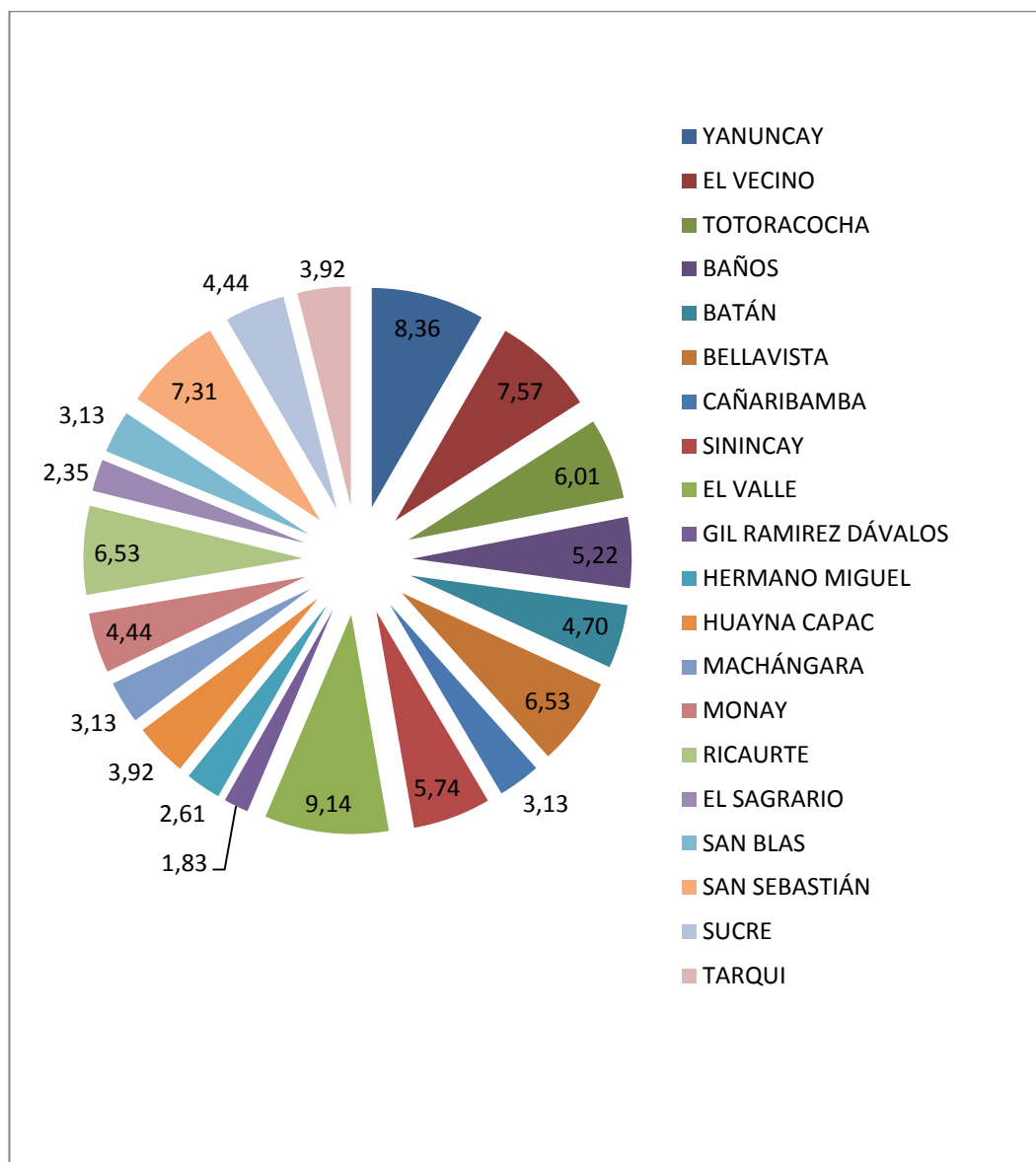


Ilustración 1 estadísticas de barrios

ENCUESTA

1 Sexo

M_____

F_____

2 Ocupación

Estudiante_____

Empleado_____

Profesionales_____

Ama de casa_____

Desempleado_____

3 ¿Cuánto tiempo diario ve televisión?

(1) Entre cinco y seis horas_____ (2) Entre cuatro y cinco horas _____ (3)

Entre tres y cuatro horas_____ (4) Entre dos y tres horas _____

(5) Entre una y dos horas _____ (6) Menos de una hora _____

4 ¿Cuál es la razón principal por la cual usted ve televisión?

(1) Ocio_____

(2) Entretenimiento _____

(3) Información_____

(4) Educación____

(5) Otros _____

5 ¿Con qué frecuencia comenta con su familia o amigos lo visto en televisión?

Mensual (1)_____

Quincenal(2)_____

Semanal (3)_____

Diario(4)_____

6 ¿Qué tipo de programas de televisión usted prefiere?

Comedia (1)_____

Investigación (2)_____

Noticieros (3)_____

Debate(4)_____

Históricos (5)_____

Deportes (6)_____

Novelas (7)_____

Series(8)_____

Top Show (9)_____

7 ¿Conoce programas de debate televisivo realizados en el Ecuador?

Sí_____

No_____

Si su respuesta es NO pase a la pregunta número 13.

8 Cite los programas de debate televisivo realizados en el Ecuador que usted conoce:

9 Califique el nivel de los invitados. (1 malo- 5 excelente)

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

10 Califique el nivel de impacto en la ciudadanía. (1 Bajo – 5 Alto)

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

11 Califique el nivel de credibilidad e imparcialidad. (1 Bajo – 5 Alto)

1____ 2____ 3____ 4____ 5____

12 Mencione lo que usted considera debería tener un programa de debate:

13 Basándose en su criterio y experimentación califique del 1 al 5 a los canales ecuatorianos. (1 como malo, 5 como excelente):

Telecuenca _____

Telerama _____

Ecuavisa _____

Tc _____

Gamatv	_____
Teleamazonas	_____
Rts	_____
Canal Uno	_____
Íntimas	_____
Unsión	_____
Rtu	_____
Austral	_____
Cañartv	_____
Oromar	_____
EcuadorTV	_____

14 ¿Cree usted necesaria la creación de programa de debate de temas de índole social?

Sí_____ No_____

15 ¿Qué horario le gustaría que tenga este programa?

Martes y jueves 20h30 _____

Lunes a viernes 20h30 _____

Martes, jueves y viernes 20h30 _____

16 ¿Qué colores le gustaría que se utilicen en el set del programa?

17 ¿Cuántos invitados le gustaría que tenga el programa?

Uno (1)_____

Dos (2)_____

Tres (3)_____

Cuatro(4)_____

18 Elija una forma geométrica para la barra de caracteres (espacio donde se coloca el nombre de los entrevistados)

Circular (1)_____

Rectangular (2)_____

Lineal (3)_____

19 ¿La presentación del programa le gustaría con fotografías o video?

20 La música de la línea gráfica del programa:

Capella (1)_____

Rítmica (2)_____

21 Le gustaría que el programa tenga un plus conformado por:

Testimonios (1)_____

Entrevistas a la gente (2)_____

Videos (3)_____

Dramatizaciones (4)_____

22 ¿Qué nombre le gustaría que tenga el programa?

Punto de Quiebre (1)_____

Punto de Vista (2)_____

23 ¿Qué temas le gustaría que sean debatidos en el programa?

5.3 Investigación Cuantitativa.

5.3.1 Encuestas.

1 Sexo

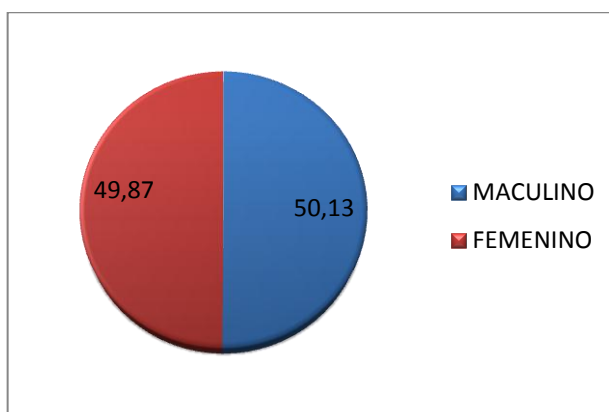


Ilustración 2 Encuestas Masculinas y femeninas

Se buscó equidad de género en las encuestas realizadas, lo que conseguimos como lo expresa el cuadro estadístico, existe una mínima superioridad en las encuestas a hombres pero se mantiene un alto equilibrio.

2 Ocupación

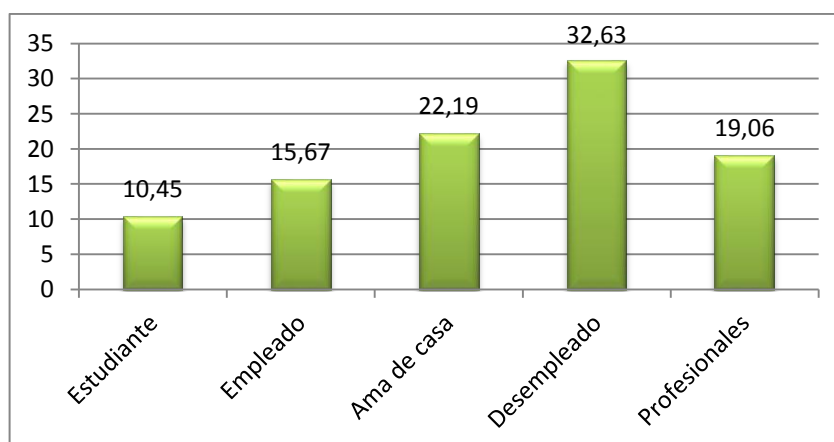


Ilustración 3 ocupaciones

La mayor cantidad de personas encuestadas eran desempleados, seguidos de amas de casa, dos targets altamente fuertes por su elevado consumo de programas televisivos, esto debido a que pasan mayor tiempo en casa.

3 ¿Cuánto tiempo diario ve televisión?

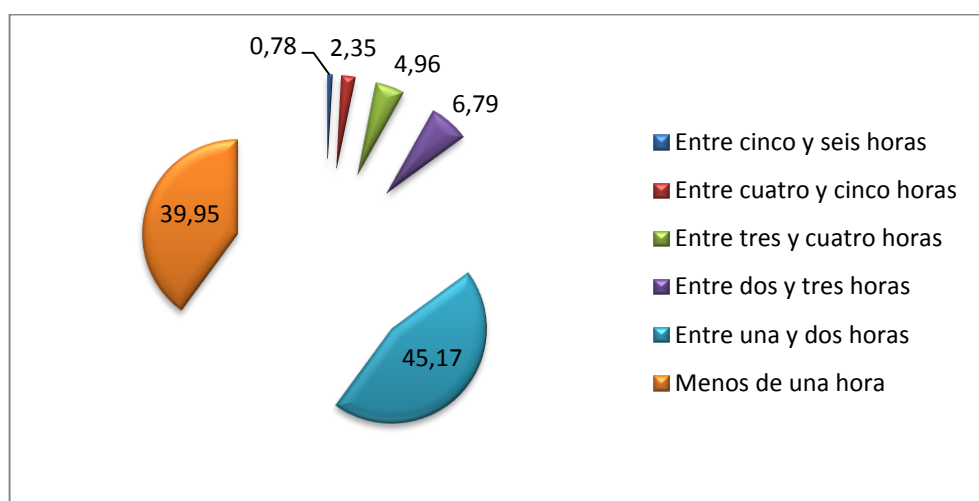


Ilustración 4 tiempos en Tv

La respuesta con mayor porcentaje en esta pregunta es entre una y dos horas, seguida de la opción de menos de una hora que es el tiempo de duración común de la mayoría de programas, el resto de opciones que van entre dos y seis horas tienen una presencia mínima en las respuestas.

4¿Cuál es la razón principal por la cual usted ve televisión?

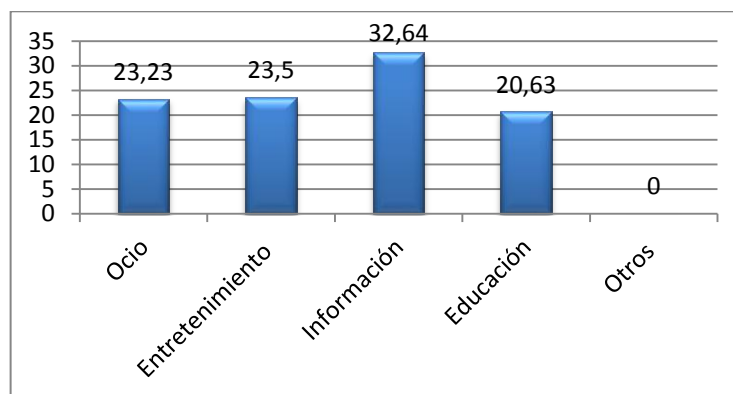


Ilustración 5 programación de Tv

En esta pregunta se entiende que los encuestados ven televisión principalmente para informarse y posteriormente por entretenimiento, ocio y educación, lo que motiva aún más para la creación de un programa informativo.

5 ¿Con qué frecuencia comenta con su familia o amigos lo visto en televisión?

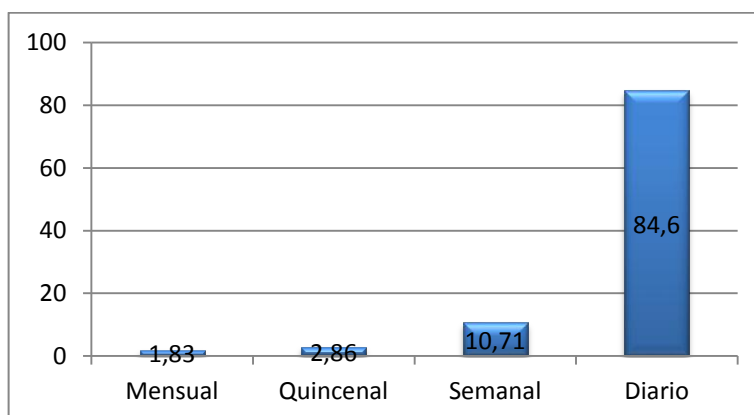


Ilustración 6 porcentaje de la observación de Tv

En esta pregunta es notoria la importancia del contenido de los programas de televisión en la sociedad, ya que los encuestados responden en un porcentaje sumamente alto, que comentan con una periodicidad diaria lo que han visto en televisión, es decir se transforma en un tema de conversación y se divulga rápidamente, por lo que es importante que lo televisado sea de calidad.

6. ¿Qué tipo de programas de televisión usted prefiere?

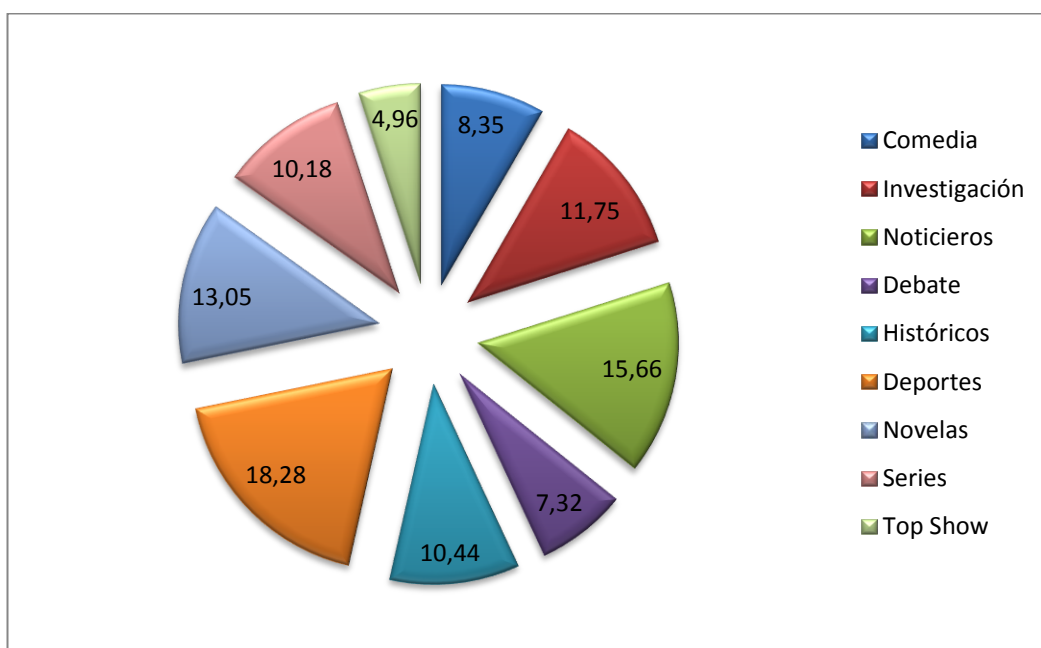


Ilustración 7 tipo de programación

En esta pregunta la respuesta más común fue la opción de deportes, seguida de noticieros, novelas, posteriormente investigación, históricos, series, comedia, debate y top shows; es decir los encuestados demostraron elegir ser informados, al menos en las dos primeras respuestas.

8 ¿Conoce programas de debate televisivo realizados en el Ecuador?

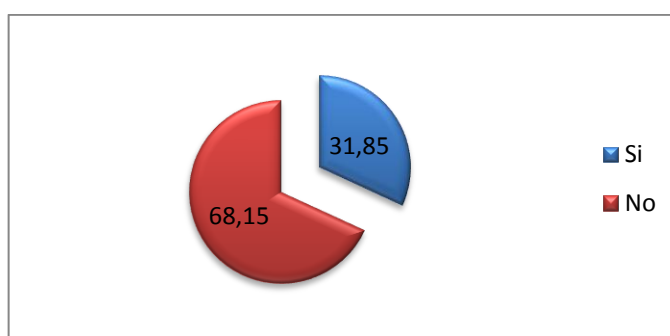


Ilustración 8 conocimiento del debate

Existe un alto desconocimiento de los programas de debate que son transmitidos a nivel nacional por lo tanto los siguientes datos serán provenientes sólo de aquellas 122 personas (31,85%) que mencionaron conocer programas de debate nacionales.

EN TORNO A LOS PROGRAMAS DE DEBATE:

Cite los programas de debate televisivo realizados en el Ecuador que usted conoce:

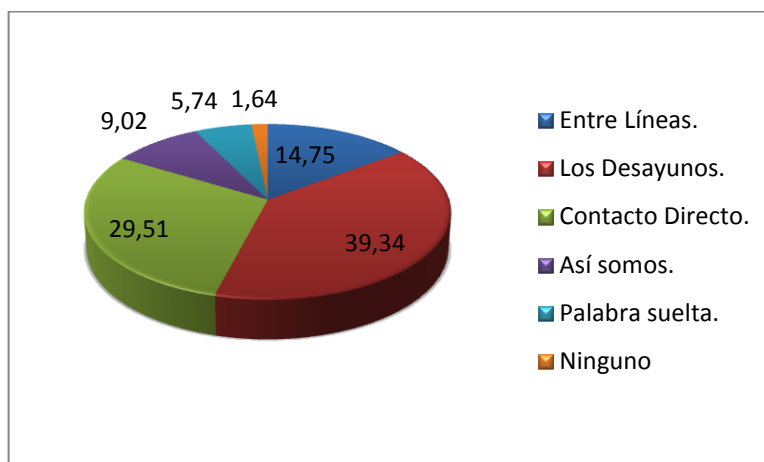


Ilustración 9 programas de debate

En esta pregunta se demuestra que el programa de debate más conocido es Los Desayunos seguido de Contacto Directo y Entre Líneas, finalmente y con menor porcentaje Así Somos y Palabra Suelta, también existió un porcentaje de respuesta que indica no conocer ningún programa de debate, hay que recordar que en esta pregunta no se dio opciones de respuesta.

9 Califique el nivel de los invitados. (1 malo- 5 excelente)

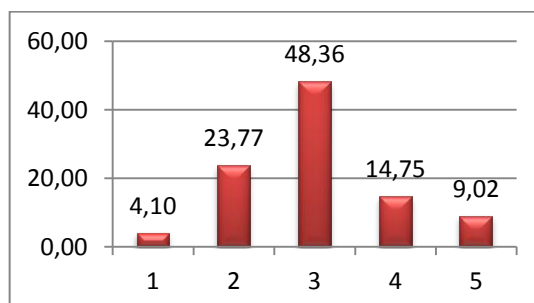


Ilustración 10 calificación invitados

En estos resultados se demuestra, en semejanza con la anterior pregunta, que los programas de debate no tienen un buen nivel de invitados para los encuestados, siendo 3 y 2 los niveles más elegidos en una escala del 1 como más bajo y 5 como más alto, esto demuestra poca investigación en el momento de elegir los invitados.

10 Califique el nivel de impacto en la ciudadanía. (1 Bajo – 5 Alto)

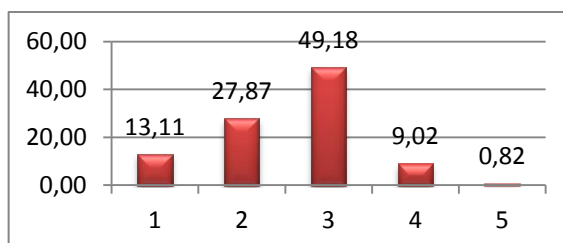


Ilustración 11 calificación de la ciudadanía

En esta pregunta al igual que en las dos anteriores los encuestados responden que los programas de debate no tienen un buen nivel de impacto en la ciudadanía, siendo 3 y 2 los niveles más elegidos en una escala del 1 como más bajo y 5 como más alto, lo que demuestra poca utilidad y objetividad en estos programas.

11 Califique el nivel de credibilidad e imparcialidad. (1 Bajo – 5 Alto)

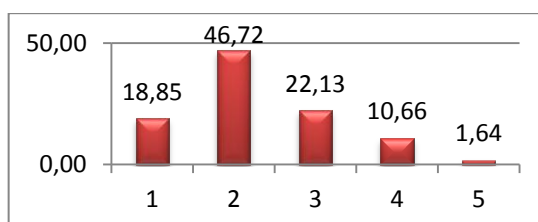


Ilustración 12 calificación de la credibilidad

En esta pregunta los encuestados responden que los programas de debate no tienen credibilidad e imparcialidad, siendo 2, 3 y 1 los niveles más elegidos en una escala del 1 como más bajo y 5 como más alto, lo que genera una pésima imagen de los programas existentes.

12 Mencione lo que usted considera debería tener un programa de debate:

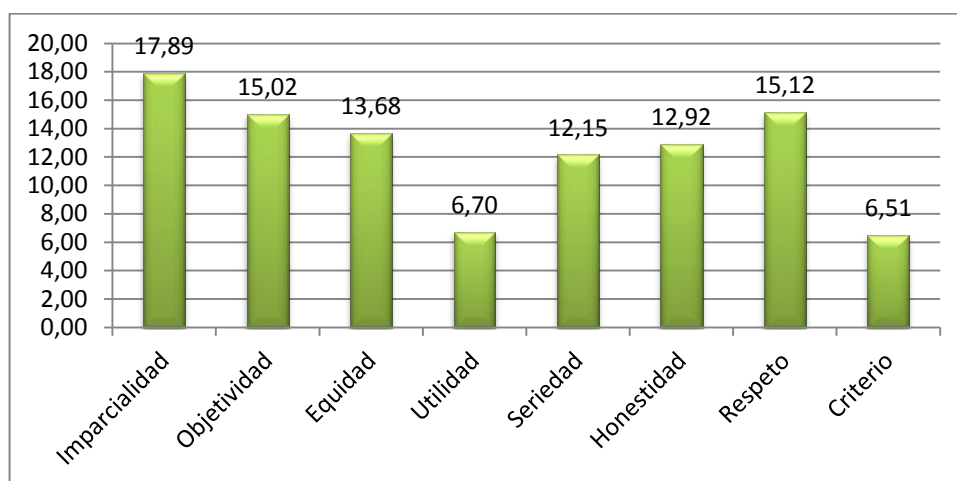


Ilustración 13 características del programa

En esta pregunta se demuestra que los encuestados lo que buscan en un programa de esta índole es imparcialidad, respeto y objetividad, seguido de equidad, honestidad y seriedad, finalmente y con menor porcentaje utilidad y criterio, hay que recordar que en esta pregunta no se dio opciones de respuesta.

13 Basándose en su criterio y experimentación califique del 1 al 5 a los canales ecuatorianos. (1 como malo, 5 como excelente):

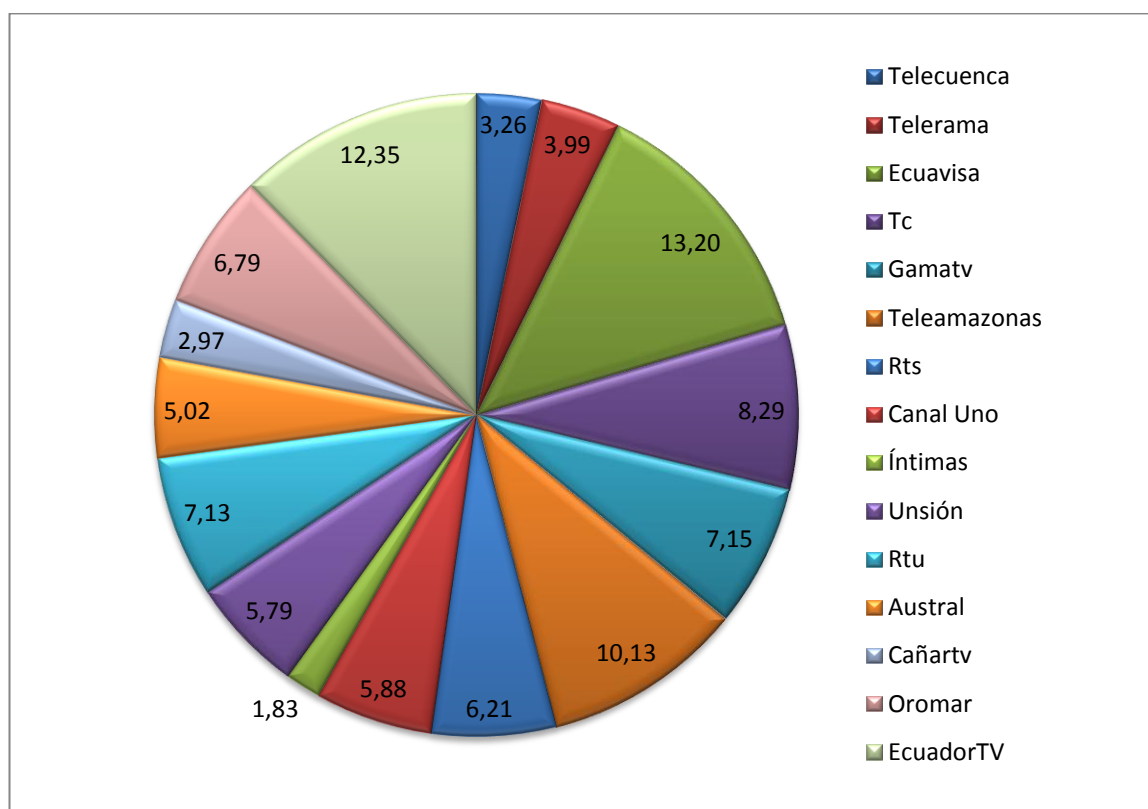


Ilustración 14 porcentajes de canales de Tv

En esta pregunta los encuestados afirman que los tres mejores canales ecuatorianos son Ecuavisa, Ecuador Tv y Teleamazonas, el resto de canales tienen porcentajes inferiores.

14¿Cree usted necesaria la creación de programa de debate de temas de índole social?

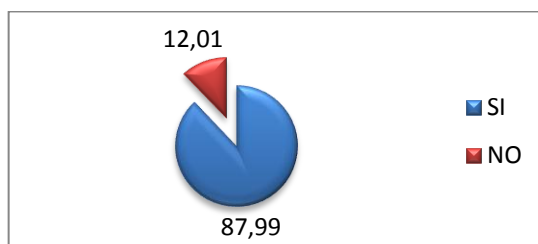


Ilustración 15 percepción de un programa de debate

En esta pregunta los encuestados responden con una amplia ventaja que sí es necesaria la creación de un programa de debate de transmisión nacional.

15 ¿Qué horario le gustaría que tenga este programa?

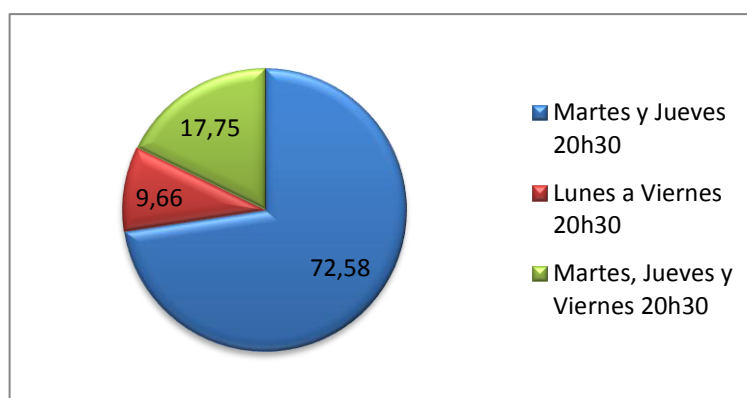


Ilustración 16 tentativa de horarios

En cuanto a los días y horario de transmisión del programa propuesto, los encuestados, en su mayoría, eligen el horario de martes y jueves a las 20h30.

16 ¿Qué colores le gustaría que se utilicen en el set del programa?

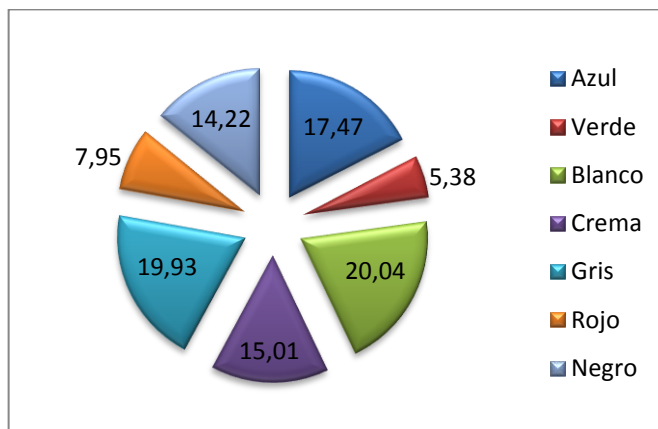


Ilustración 17 percepción del set

En cuanto a los colores del set, los encuestados eligen los colores blanco, gris, azul y negro seguidos con un porcentaje inferior de los colores rojo y verde.

17 ¿Cuántos invitados le gustaría que tenga el programa?

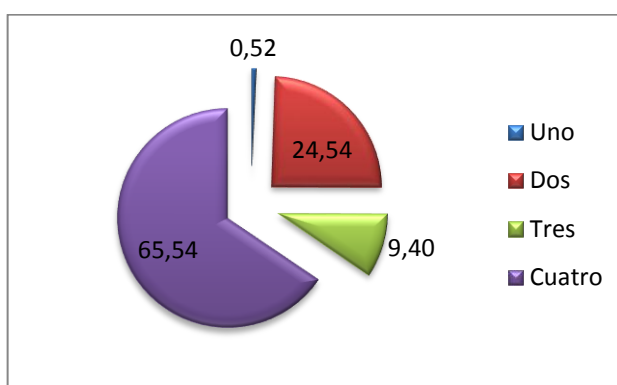


Ilustración 18 número de invitados

Los encuestados responden que prefieren un programa con cuatro invitados, seguido de la opción de dos invitados, siempre basándonos en el criterio de paridad y equilibrio de criterios.

18 Elija una forma geométrica para la barra de caracteres (espacio donde se coloca el nombre de los entrevistados)

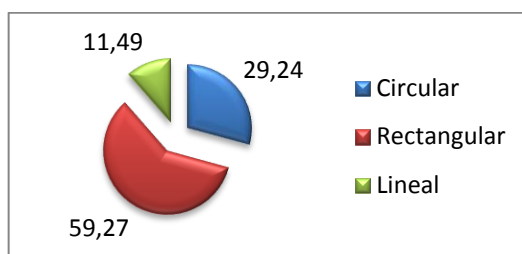


Ilustración 19 estilo de los caracteres

En cuanto a la barra de caracteres los encuestados comentan que prefieren la forma rectangular, luego de elegir en una plantilla de formas mostradas.

19 ¿La presentación del programa le gustaría con fotografías o video?

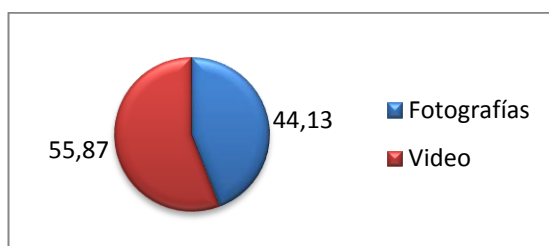


Ilustración 20 percepción del programa

En esta pregunta los encuestados demuestran su interés en video y fotografía con gran paridad, por lo que usaremos las dos herramientas en la presentación.

20 La música de la línea gráfica del programa:

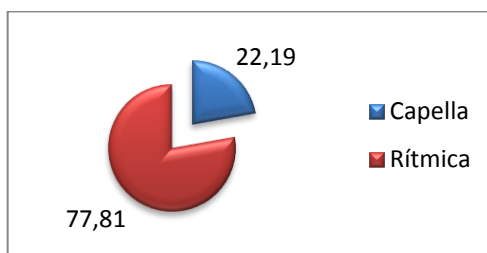


Ilustración 21 tipo de música

En cuanto a los fondos musicales del programa los encuestados eligen música rítmica.

21 Le gustaría que el programa tenga un plus conformado por:

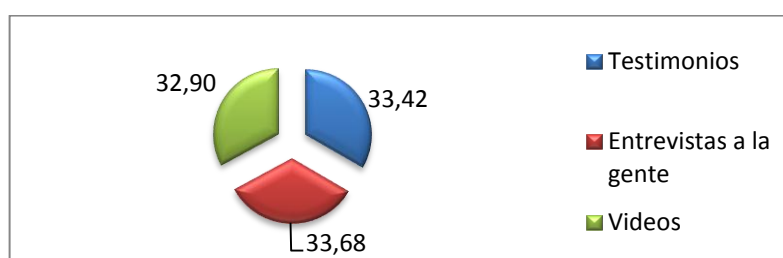


Ilustración 22 tipo de contenidos

En cuanto a las herramientas de complemento para la producción del programa los encuestados respondieron con alta paridad en las tres opciones posibles, por lo que utilizaremos las tres herramientas mencionadas.

22 ¿Qué nombre le gustaría que tenga el programa?

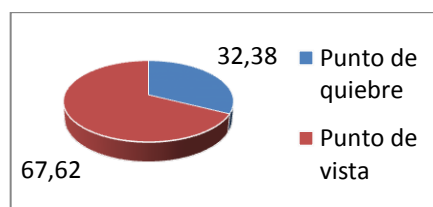


Ilustración 23 definición del nombre del programa

El nombre para el programa que los encuestados prefieren es Punto de Vista.

23 ¿Qué temas le gustaría que sean debatidos en el programa?

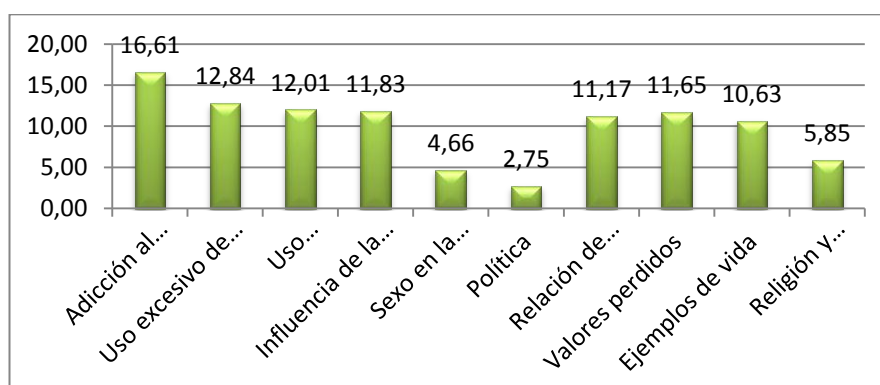


Ilustración 24 temas a debatir

Los temas que los encuestados prefieren son varios pero existe cierta tendencia a temas de interés común y social, al ser la adicción al celular el tema de más interés se pensará en usarlo como el tema del programa piloto, hay que recordar que en esta pregunta no se dio opciones de respuesta y cabe recalcar la disminución del interés de las personas en temas políticos.

5.3.2 Encuesta Adjunta:

1.- ¿Ha visto el canal de televisión Ecuador Tv, frecuencia 48?

2.- ¿Conoce el logo de Ecuador Tv?

Sí___ No___

3.- ¿Le gusta el logo de Ecuador Tv? (Si su respuesta es NO pase a la pregunta 4)

Sí___ No___

4.- ¿Conoce los colores de Ecuador Tv?

Sí___ No___

5.- ¿Conoce el slogan de Ecuador Tv?

Sí___ No___

6.- Califique el nivel del Canal, en su totalidad:

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

7.- ¿Con qué programa identifica a Ecuador Tv?

8.- ¿Con qué personaje identifica a Ecuador Tv?



imagen 1



imagen 2



imagen 3



imagen 4



imagen 5

9.- ¿Necesita algún cambio la imagen de Ecuador Tv?

Sí__ No__

10.- ¿Le gustaría que Ecuador Tv transmita un programa de debate de temas sociales?

Sí__ No__

5.3.3 Informe de la encuesta adjunta

De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de entrevistas en profundidad, Ecuador Tv, se encuentra entre los canales de mejor imagen y credibilidad en el país, igualmente en el ranking de visitación de Google se encuentra entre los tres canales más importantes y visitados de Ecuador, por esto se decide que el programa de debate propuesto sea transmitido por Ecuador Tv, debido a su apertura a nuevos programas de índole informativo.

Realizamos la siguiente encuesta para conocer el posicionamiento, recordación e imagen que tiene este canal en la ciudadanía, así como el criterio que tienen del mismo.

Nombre Comercial:

Ecuador tv.

Sector al que pertenece la organización:

Medios de Comunicación (Sector Público).

MUESTRAS PARA LA INVESTIGACIÓN:

PARA MODIFICAR	
Universe (N)	208030
Error deseado	5
Valor Z para 95% de confianza	1,96
Porcentaje de respuesta (P)	0,5
1-P	0,5

Ilustración 25 tipo de fórmula

FORMULA		
$n = P(1-P) / ((D^2/Z^2) + (P(1-P))/N)$		
NO MODIFICAR EN ESTE ESPACIO		
	Expresión del error (D)	0,05
1er paso	$P(1-P)$	0,25
2do paso	(D^2/Z^2)	0,000650771
3er paso	$(P(1-P))/N$	0,0000012
4to paso	$((D^2/Z^2) + (P(1-P))/N)$	0,0006520
5to paso	$n = P(1-P) / ((D^2/Z^2) + (P(1-P))/N)$	383
6to paso	Muestra Final (n)	383

Ilustración 26 procedimiento de la fórmula

Se realizaron encuestas a una muestra de 383 ciudadanos resultado de un universo de 208030 cuencanos entre 18 y 40 años, el dato inicial se obtuvo por medio de el último Censo de Población y Vivienda del año 2010 realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) y definimos las edades de acuerdo al promedio de edad de los jóvenes adultos y padres de familia que se ubican en el rango antes mencionado.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

1.- ¿Conoce y ha visto el canal de televisión Ecuador Tv, frecuencia 48?

Sí__ No__

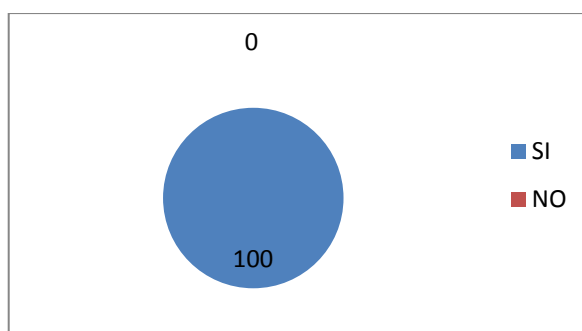


Ilustración 27 percepción de Ecuador Tv

Ecuador Tv tiene un excelente posicionamiento, la totalidad de nuestros encuestados dijo conocer el canal y haberlo visto en al menos una ocasión.

2.- ¿Conoce el logo de Ecuador Tv?

Sí__ No__

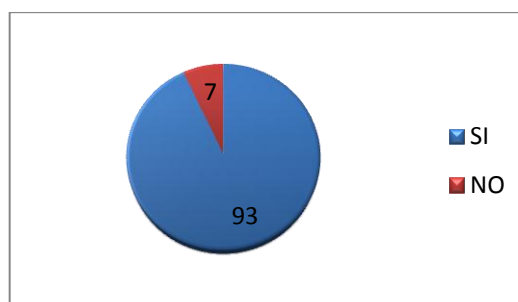


Ilustración 28 Logo de Ecuador Tv

El 93 % de las personas optó por la respuesta sí, es decir el logo tiene un buen posicionamiento y una buena recordación.

3.- ¿Le gusta el logo de Ecuador Tv?

Sí___ No___

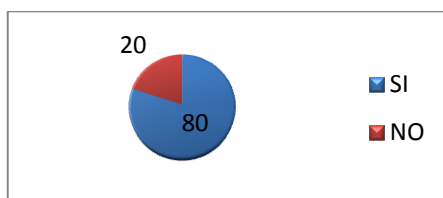


Ilustración 29 Gustos por el Logo

El 80% manifestó gustarle el logo.

4.- ¿Conoce los colores de Ecuador Tv?

Sí___ No___

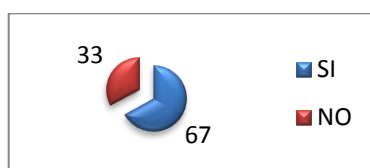


Ilustración 30 Colores de Ecuador Tv

El 67% se pronunció sobre los colores de Ecuador tv comentando conocerlos y mencionando que son amarillo, rojo y azul.

5.- ¿Conoce el slogan de Ecuador Tv?

Sí___ No___

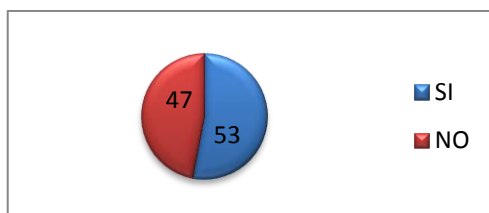


Ilustración 31 Slogan de Ecuador Tv

El 53% de las personas dijeron conocen el slogan de la institución, nombrando a “A partir de ahora, la televisión ya es de todos”, mientras que el 47% no recuerdan ni conocen el slogan, por lo que se debe trabajar en mejorar el slogan o su recordación.

6.- Califique el nivel del Canal, en su totalidad:

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

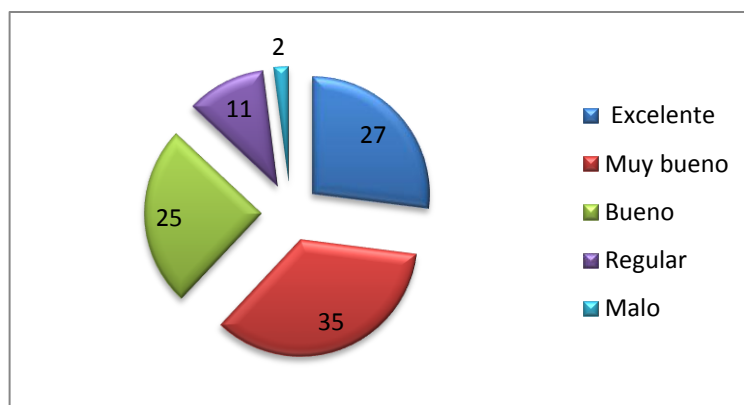


Ilustración 32 percepción de los canales

Los resultados en cuanto a la percepción del canal son positivos, hay que tomar en cuenta que si se suma el porcentaje de excelente y muy bueno nos da un total de un 62%, lo que representa un nivel muy alto de aceptación, mientras que si sumamos los porcentajes regular y malo nos da un 13% que es un nivel bajo, finalmente podemos hacer referencia al 25% que es bueno, es decir el nivel de aceptación, es muy aceptable y positivo en la ciudadanía.

7.- ¿Con qué programa identifica a Ecuador Tv?

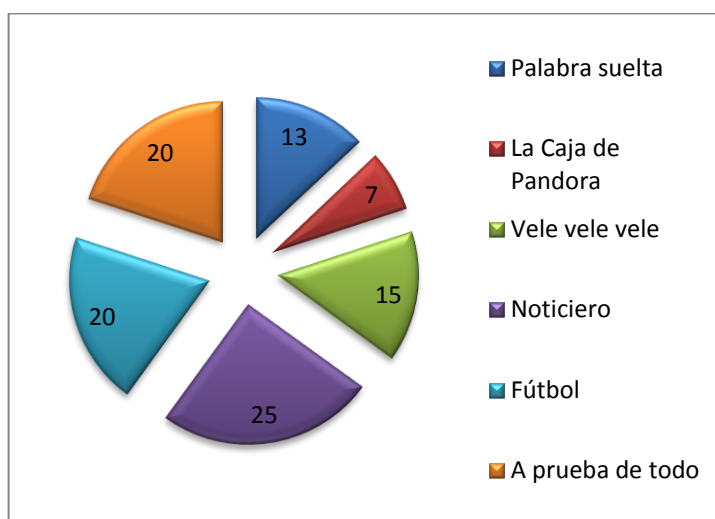


Ilustración 33 Programa de identifica a Ecuador Tv

El programa con que las personas identifican al canal es con el noticiero con un 25%, seguido de A Prueba de Fuego y Partidos de fútbol, Vele Vele Vele, y La Caja de Pandora ocupan los últimos lugares de recordación.

8.- ¿Con qué personaje identifica a Ecuador Tv?



Imagen 1



Imagen 2



Imagen 3

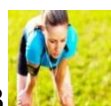


Imagen 4



Imagen 5

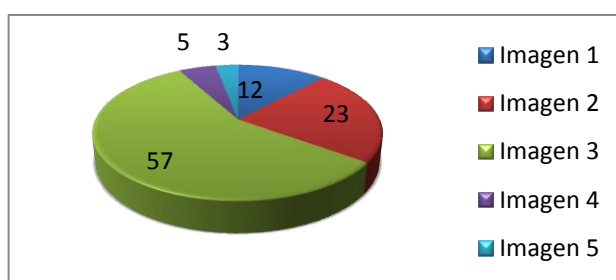


Ilustración 34 Percpción de los encuestados

El 62% de los encuestados tiene una percepción de que la imagen del canal es un hombre ejecutivo, que expresa seriedad.

9.- ¿Necesita algún cambio la imagen de Ecuador tv?

Sí__ No__

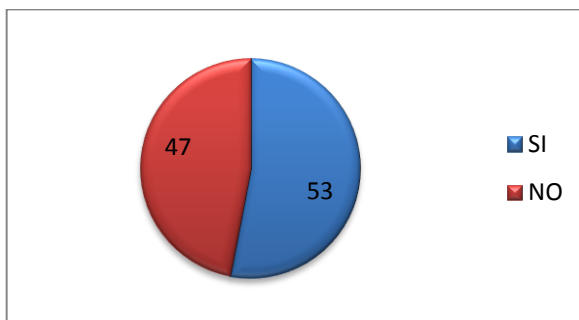


Ilustración 35 Cambios de Ecuador Tv

Un 53% cree que la imagen debe ser renovada pero sin perder su esencia, para mantener la misma continuidad y concepto, mientras que un 43% cree que la imagen debe continuar como está.

10.- ¿Le gustaría que Ecuador Tv transmita un programa de debate de temas sociales?

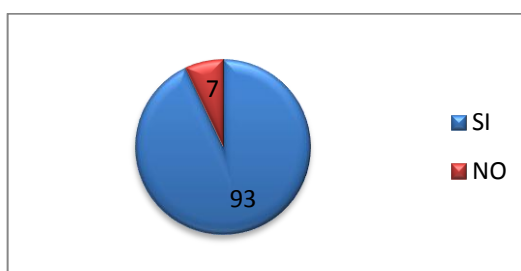


Ilustración 36 nuevo programa en Ecuador Tv

Un muy alto porcentaje de los encuestados expresa que si les gustaría un nuevo programa de debate en Ecuador Tv.

5.4 Investigación cualitativa

5.4.1 Entrevistas en profundidad

RESULTADOS:

Psicólogo:

Persona dotada de especial penetración para el conocimiento del carácter y la intimidad de las personas.(RALE)

Psic. Viviana Merchán. (1)

Psic. Johanna Montesdeoca. (2)

1 ¿Qué programas televisivos de debate conoce en el Ecuador?

(1) He visto Los desayunos y Contacto Directo.

(2) No conozco muchos en Ecuador.

2 ¿Cómo califica a estos programas en su modo de debatir temas?

(1) Poco Profundos.

(2) Muy Amarillistas.

3 ¿Cómo califica el contenido de estos programas en relación impacto en los televidentes?

(1) Bajo, no impacta mucho.

(2) Nulo, no logra ningún objetivo.

4 ¿Podría decir que los programas de debate existentes son imparciales y objetivos?

(1) No, para nada.

(2) No creo.

5 ¿Ha visto programas de debate extranjeros?

(1) Si por supuesto.

(2) Claro que sí.

6 ¿Cómo califica a los programas de debate ecuatorianos en comparación con los programas extranjeros de este tipo, tomando en cuenta las características mencionadas en las preguntas 2,3 y 4?

(1) En comparación les veo como poco productivos.

(2) Los de acá son de baja calidad.

7 ¿Estaría de acuerdo con la creación de un programa de debate y que trate temas de interés social de manera objetiva?

(1) Totalmente de acuerdo.

(2) Claro que sí, sería bueno.

8 ¿Qué características debería tener este programa para lograr el objetivo real de un debate y para distinguirse de los otros programas? Indique los días, el horario, y las características que usted desearía.

(1)Debería tener imparcialidad, objetividad, equidad y seriedad; y dos días a la semana en la noche.

(2)Características como utilidad, honestidad, respeto, criterio, entre otras; me gustaría que sea una día en la noche.

Sociólogo:

Persona que profesa la sociología o tiene en ella especiales conocimientos.(RALE)

Sociología: Ciencia que trata de la estructura y funcionamiento de las sociedades humanas.(RALE)

Socióloga. Dra. Susana Cárdenas.

1 ¿Qué programas televisivos de debate conoce en el Ecuador?

No conozco ninguno de debate real, pero hay algunos como entrevistas.

2 ¿Cómo califica a estos programas en su modo de debatir temas?

Son parcializados, les falta, sólo hablan los periodistas.

3 ¿Cómo califica el contenido de estos programas en relación impacto en los televidentes?

Poco, no mucho.

4 ¿Podría decir que los programas de debate existentes son imparciales y objetivos?

No, todo lo contrario.

5 ¿Ha visto programas de debate extranjeros?

Sí, varios.

6 ¿Cómo califica a los programas de debate ecuatorianos en comparación con los programas extranjeros de este tipo, tomando en cuenta las características mencionadas en las preguntas 2,3 y 4?

En comparación con españoles son malos.

7 ¿Estaría de acuerdo con la creación de un programa de debate y que trate temas de interés social de manera objetiva?

Pues si, mientras sea bien hecho.

8 ¿Qué características debería tener este programa para lograr el objetivo real de un debate y para distinguirse de los otros programas? Indique los días, el horario, y las características que usted desearía.

Debería ser objetivos, sin subjetividad, imparciales; y a partir de las diez pm o fines de semana.

Periodistas:

Persona legalmente autorizada para ejercer el periodismo; persona profesionalmente dedicada en un periódico o en medio audiovisual a tareas literarias o gráficas de información o de creación de opinión.(RALE)

Lcdo. Cesar Pinos

Lcda. Patricia Palacios.

Arq. Pablo Torres.

1 ¿Qué programas televisivos de debate conoce en el Ecuador?

(1) Los de las noticias, Los desayunos y Contacto Directo.

(2)He visto Así somos.

(3)Sólo he visto Entre líneas.

2 ¿Cómo califica a estos programas en su modo de debatir temas?

(1)Son parcializados e improductivos,

(2)Considero que son muy amarillistas, con contenidos vacíos, banales, y repetitivos,

(3)Demasiado superficiales.

3 ¿Cómo califica el contenido de estos programas en relación impacto en los televidentes?

(1)Impacto medio.

(2)Yo diría que bajo.

(3)Totalmente nulo.

4 ¿Podría decir que los programas de debate existentes son imparciales y objetivos?

(1)Para nada.

(2)No.

(3)No, todo lo contrario.

5 ¿Ha visto programas de debate extranjeros?

(1)Si he visto.

(2)Por supuesto.

(3)Claro.

6 ¿Cómo califica a los programas de debate ecuatorianos en comparación con los programas extranjeros de este tipo, tomando en cuenta las características mencionadas en las preguntas 2,3 y 4?

(1)Considero que los programas de acá son mediocres,

(2)Son poco atractivos e improductivos.

(3)Totalmente faltos de credibilidad.

7¿Estaría de acuerdo con la creación de un programa de debate y que trate temas de interés social de manera objetiva?

(1)Sí.

(2)Es necesario creo yo.

(3)Totalmente de acuerdo.

8¿Qué características debería tener este programa para lograr el objetivo real de un debate y para distinguirse de los otros programas? Indique los días, el horario, y las características que usted desearía.

(1)Solamente objetividad; y debería ser dos días a la semana en la noche.

(2)Debe tener equidad y utilidad; y un día en la noche.

(3)Con criterio; y me gustaría que sea diario al medio día.

Productores:

El productor de televisión es responsable de organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para elaborar diferentes productos audiovisuales. En gran medida es responsable del resultado artístico y técnico que dichos productos tienen, por ello debe poseer una serie de conocimientos que permitan conseguir los objetivos marcados. Persona que interviene en la producción de bienes y servicios en la organización del trabajo.(Gratuito)

Juan Jiménez.

Mario Becerra.

1¿Qué programas televisivos de debate conoce en el Ecuador?

(1)Recuerdo dos Contacto Directo y Entre líneas.

(2)Sinceramente no hay muchos pero sí recuerdo algunos.

2¿Cómo califica a estos programas en su modo de debatir temas?

(1)Son sin criterio, básicos y simples.

(2)Son repetitivos, superficiales, no buscan la verdad, falta el debate como tal por lo que no llegan a su meta.

3¿Cómo califica el contenido de estos programas en relación impacto en los televidentes?

(1)Muy bajo.

(2)Parcialidad total en debates políticos y en los de opinión no son temas para debate.

4 ¿Podría decir que los programas de debate existentes son imparciales y objetivos?

(1)No.

(2)Para nada.

5 ¿Ha visto programas de debate extranjeros?

(1)Sí, varios.

(2)Sí por supuesto.

6 ¿Cómo califica a los programas de debate ecuatorianos en comparación con los programas extranjeros de este tipo, tomando en cuenta las características mencionadas en las preguntas 2,3 y 4?

(1)Malos, así de simple.

(2)Son de baja calidad los nuestros.

7 ¿Estaría de acuerdo con la creación de un programa de debate y que trate temas de interés social de manera objetiva?

(1)Yo creo que sí.

(2)Sería fantástico crear algo nuevo y q no caiga en lo mismo.

8 ¿Qué características debería tener este programa para lograr el objetivo real de un debate y para distinguirse de los otros programas? Indique los días, el horario, y las características que usted desearía.

(1)Deberían tener imparcialidad, objetividad, utilidad, criterio, calidad y mejor preparación; y sería bueno en la noche uno o dos días a la semana.

(2)Que el tema central no se acerque a lo político y que tenga un panel equilibrado; y dos días a la semana en la noche.

Líderes Sociales:

Es el arte de dirigir a un grupo de personas o comunidad hacia el logro de objetivos, tanto comunes como individuales, alcanzando un óptimo rendimiento a través del aprovechamiento de las competencias y capacidades de cada miembro de la comunidad, sin perder de vista las metas trazadas y fomentando siempre las relaciones interpersonales. Es aquel individuo que tiene las competencias, habilidades y destrezas para conducir un proyecto, para seducir a otros con un proyecto que es compartido y que tiene además, la capacidad de empoderar a otros, de formar nuevos líderes, de transferir lo que está haciendo para que otros líderes en otras situaciones puedan ejercer un nuevo liderazgo.(Wordpress)

Dr. Wilfrido Rivera. (Consejo de la Judicatura).

Ing. Jefferson Perez.

Monseñor Luis Cabrera.

Arq. Humberto Cordero Ortiz. (Gobernador del Azuay).

1 ¿Qué programas televisivos de debate conoce en el Ecuador?

(1)No hay abundancia de programas.

(2)He visto los desayunos.

(3)Recuerdo solamente Contacto Directo.

(4)El que más veo es Palabra Suelta.

2 ¿Cómo califica a estos programas en su modo de debatir temas?

(1)Son muy parcializados.

(2)Me parecen amarillistas e inútiles.

(3)Son poco interesantes.

(4)Considero que son interesantes.

3 ¿Cómo califica el contenido de estos programas en relación impacto en los televidentes?

(1)Son de bajo nivel.

(2)Medio.

(3)Nivel bajo nada más.

(4)Tienen alto contenido.

4 ¿Podría decir que los programas de debate existentes son imparciales y objetivos?

(1)Depende del medio.

(2)No lo son.

(3)Para nada.

(4)Sí, algunos.

5¿Ha visto programas de debate extranjeros?

(1)Depende del medio.

(2)No lo son.

(3)Para nada.

(4)Si algunos.

6 ¿Cómo califica a los programas de debate ecuatorianos en comparación con los programas extranjeros de este tipo, tomando en cuenta las características mencionadas en las preguntas 2,3 y 4?

(1)Se manejan parecidos pero son con mejor contenido.

(2)Malos.

(3)Son mediocres.

(4)No hay mucha diferencia.

7 ¿Estaría de acuerdo con la creación de un programa de debate y que trate temas de interés social de manera objetiva?

(1)Bajos los criterios adecuados si.

(2)Si es necesario.

(3)Por supuesto.

(4)Sería muy bueno para la televisión nacional.

8 ¿Qué características debería tener este programa para lograr el objetivo real de un debate y para distinguirse de los otros programas? Indique los días, el horario, y las características que usted desearía.

(1) Escuchar a ambas partes, que el periodista no tenga influencia en el televidente y el horario el lunes a partir de las 21:30

(2) Imparcialidad y objetividad y un día en la noche.

(3) Objetividad y que se realice todos los días.

(4) Utilidad principalmente, y deberían dar el programa dos días a la semana y en la noche.

Ciudadanos:

Habitante de las ciudades antiguas o de Estados modernos como sujeto de derechos políticos y que interviene, ejercitándolos, en el gobierno del país. (RALE)

Sra. Betty Quezada.

Sr. Xavier Cabrera.

Sr. Leonardo Salazar.

Srta. Paola Ortega.

1 ¿Qué programas televisivos de debate conoce en el Ecuador?

(1) He visto Los desayunos y Así somos.

(2) Solamente Contacto Directo.

(3) Recuerdo dos programas Entre líneas y Palabra Suelta.

(4)Ninguno.

2 ¿Cómo califica a estos programas en su modo de debatir temas?

(1)Son bonitos e interesantes.

(2)Son feos, tensos, parcializados.

(3)Me parecen superficiales y aburridos,

(4)No sé.

3 ¿Cómo califica el contenido de estos programas en relación impacto en los televidentes?

(1)Son de nivel bajo.

(2)Deja una sensación de vacío al televidente.

(3)Impacto Nulo

(4)Diría que medio.

4 ¿Podría decir que los programas de debate existentes son imparciales y objetivos?

(1)No son.

(2)No para nada.

(3)Para nada.

(4)No creo que sean así.

5 ¿Ha visto programas de debate extranjeros?

(1)Sí he visto.

(2) Sí y son buenos.

(3) Sí algunos.

(4) Sí.

6 ¿Cómo califica a los programas de debate ecuatorianos en comparación con los programas extranjeros de este tipo, tomando en cuenta las características mencionadas en las preguntas 2,3 y 4?

(1) Les considero malos.

(2) Son vacíos y poco profundo.

(3) Son bajos y aburridos,

(4) Les falta mucho por mejorar y más preparación.

7 ¿Estaría de acuerdo con la creación de un programa de debate y que trate temas de interés social de manera objetiva?

(1) Sí es buena idea.

(2) Sería bueno.

(3) Completamente de acuerdo

(4) Opción interesante.

8 ¿Qué características debería tener este programa para lograr el objetivo real de un debate y para distinguirse de los otros programas? Indique los días, el horario, y las características que usted desearía.

(1) Con equidad y un día en la noche.,

- (2) Deben tener seriedad y sería bueno en las noches.,
- (3) Deben tener honestidad y respeto, y que sea diario al medio día.
- (4) Solamente que tengan criterio y debe ser en las noches.

5.4.2 Informe de las entrevistas en profundidad

Pese a que las entrevistas fueron realizadas a personas de distintas edades, profesiones y posturas políticas y sociales los resultados tuvieron un denominador común con ligeras y poco importantes divergencias. Fueron realizadas a psicólogos, sociólogos, periodistas, productores, líderes sociales y ciudadanos, mismos que fueron segmentados de acuerdo a la importancia y relación que tienen las profesiones de las personas entrevistadas con los temas sociales que buscamos tratar en este programa, basándonos en los conceptos que emite el Diccionario de la Real Academia de la Lengua (DRAL) resultados son siguientes:

1 ¿Qué programas televisivos de debate conoce en el Ecuador?

En esta pregunta mencionaron que el programa más conocido y recordado es Los desayunos, seguido de Contacto Directo y Entre líneas, con menor presencia en las respuestas los programas Así somos y Palabra Suelta, también se obtuvo respuestas que señalaban no conocer ningún programa de esta índole o que hay pocos.

2 ¿Cómo califica a estos programas en su modo de debatir temas?

Las respuestas en este cuestionamiento giraron en torno a una visión y criterio negativo, adjetivos como poco profundos, amarillistas, parcializados, improductivos, vacíos, banales, repetitivos, superficiales, sin criterio, básicos, simples, inútiles, poco interesantes, aburridos, cansados, feos, frases como “No buscan la verdad sino sólo oír puntos de vista” , y “falta de debate como tal por lo que no llegan a su meta” demuestran la mala imagen que tienen estos programas, la frase “sólo hablan los periodistas” demuestra la mala preparación de los moderadores en los programas de esta índole.

Solamente el Gobernador del Azuay y un ciudadano comentaron que hay programas que debaten temas de manera interesante y bonita.

3 ¿Cómo califica el contenido de estos programas en relación impacto en los televidentes?

Las respuestas en este punto fueron claras y comunes los programas tienen un impacto bajo y nulo según los entrevistados no existe un impacto positivo y de existir se dan máximo y de manera poco repetitiva en un nivel medio. Parcialidad total en debates políticos y en los de opinión no son temas para debate, sensación de vacío al televidente. Solamente el Gobernador del Azuay dijo que bajo su percepción tienen un impacto alto.

4 ¿Podría decir que los programas de debate existentes son imparciales y objetivos?

Las respuestas en este sentido tuvieron una alta tendencia hacia el no, una persona mencionó que quizás, otra que depende del medio y otra que sí, los resultados son claros la imagen de los programas de debates es parcializada y poco objetiva.

5 ¿Ha visto programas de debate extranjeros?

Todos los entrevistados comentaron haber visto programas de debate internacionales.

6 ¿Cómo califica a los programas de debate ecuatorianos en comparación con los programas extranjeros de este tipo, tomando en cuenta las características mencionadas en las preguntas 2, 3 y 4?

Al compararnos con programas internacionales de esta misma índole los debates nacionales según nuestros entrevistados son poco productivos, de baja calidad, malos, mediocres, poco atractivos, improductivos, faltos de credibilidad, falsos, vacíos, bajos, aburridos, es decir, muy alejados del nivel de respeto y productividad que tienen los programas internacionales. Otros criterios comentan que en comparación con programas españoles son malos; Se manejan parecidos pero son con mejor contenido, no hay mucha diferencia.

7 ¿Estaría de acuerdo con la creación de un programa de debate que trate temas de interés social de manera objetiva?

Los entrevistados en un 100% mencionan que están de acuerdo con la creación de un nuevo programa de debate, que es necesario y siempre bajo los criterios adecuados. Según el productor de tv Mario Becerra “Sería fantástico crear algo nuevo y que no caiga en lo mismo”.

8 ¿Qué características debería tener este programa para lograr el objetivo real de un debate y para distinguirse de los otros programas? Indique los días, el horario, y las características que usted desearía.

Las características más mencionadas son imparcialidad, objetividad, equidad, utilidad, seriedad, honestidad, respeto, criterio, calidad, preparación, que el tema central no se acerque a lo político, panel equilibrado, escuchar a ambas partes, periodista sin influencia en el televidente. El horario de mayor preferencia es el de

dos días a la semana en la noche, seguido de un día en la noche, diario al medio día y en menor porcentaje todos los días y en las tardes.

Responda por favor la encuesta de Nivel de percepción de imagen de distintos canales ecuatorianos, reemplazando mentalmente al canal por un miembro de la familia que se coloca a continuación, señale con un (X).

Los resultados de esta pregunta se encuentran tabulados gráficamente en un documento anexo (Nivel de Percepción).

5.4.3 Nivel de percepción de imagen de distintos canales.

El estudio de percepción de imagen sobre los canales se realizó a 16 personas, por medio de una entrevista a profundidad para levantar información relevante sobre los canales con más renombre en el país; para el estudio se decidió determinar los valores de importancia con los de la familia, teniendo como referencia al hogar. El nivel de importancia en la siguiente tabla.

Tabla 3 tipo especial de encuestas

Nivel de importancia	Descripción
5	Papás

4	Hijos, Hijas
3	Tíos, Tías, Abuelos
2	Primos, Primas
1	Vecinos, Amigos, Conocidos, personas fuera del hogar

RESULTADOS

Telecuenca.

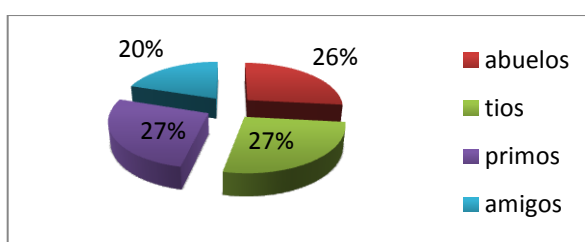


Ilustración 37 Comparación de Telecuenca

Telecuenca frecuencia 2 en la ciudad de Cuenca tiene la percepción de las personas de que si “Telecuenca” fuera una familia el nivel de importancia sería el de un tío o primo, lo que en nuestra tabla lo ubica en el nivel 3 y 2 de importancia.

Telerama.

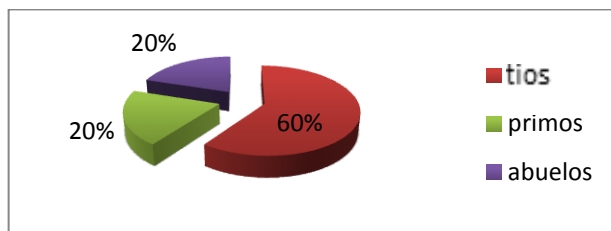


Ilustración 38 Comparación de Telerama

Telerama frecuencia 4 en la ciudad de Cuenca refleja una percepción del canal muy alta con un 60% de que si el canal fuera una familia, el canal sería la de un tío con un nivel de importancia 3.

Ecuavisa.

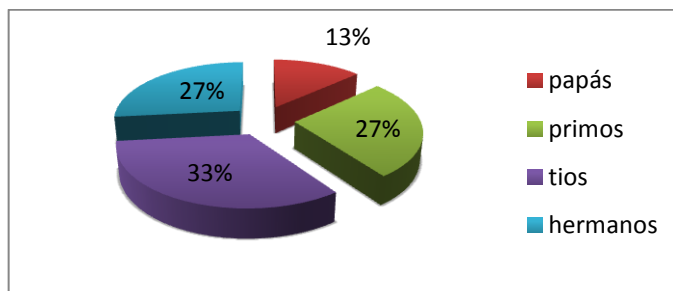


Ilustración 39 Comparación de Ecuavisa

Ecuavisa frecuencia 5 en la ciudad de Cuenca, tiene una percepción de mayor participación pues hay que ver en el gráfico que por primera vez aparece el nivel de papás, pese a que la mayor parte se la lleva el nivel de tíos con una participación de nivel 3 de importancia.

TC Televisión.

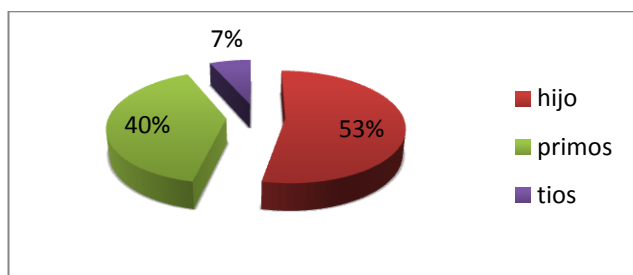


Ilustración 40 Comparación de Tc

Tc Televisión frecuencia 7 tiene una participación del nivel hijo con un 53 %, lo que equivale un nivel de importancia de 4.

Gama.

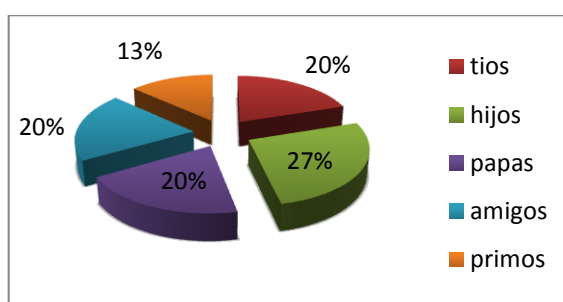


Ilustración 41 Comparación de Gama

Gama Tv. Frecuencia 9 en la ciudad de Cuenca muestra un gráfico con 5 divisiones, la mayor participación o percepción en este canal es el de hijos, con un nivel 4 de importancia.

Teleamazonas.

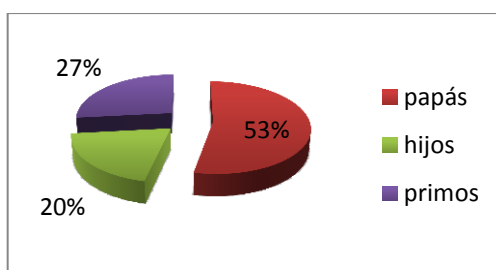


Ilustración 42 Comparación de Teleamazonas

Teleamazonas frecuencia 11 en la ciudad de Cuenca, es el único gráfico que tiene la percepción de papás en la ciudadanía, con un 53% teniendo el nivel 5 de importancia.

Rts.

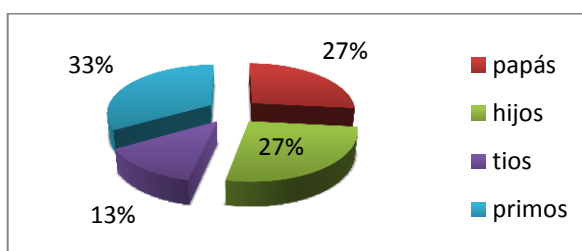


Ilustración 43 Comparación de Rts

Red Telesistema frecuencia 13 tiene una percepción de un 27% con un nivel de papás e hijos, ambos suman un 54% pero hay que tomar en cuenta los 33% que representa la percepción de primos, pues es un nivel bajo 2.

Canal Uno.

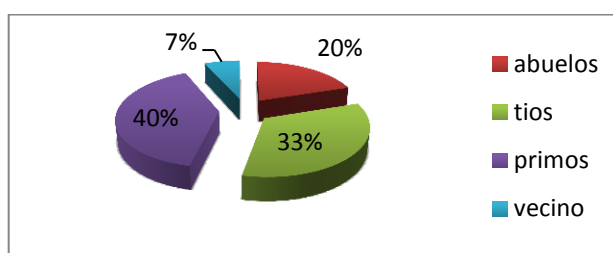


Ilustración 44 Comparación de Canal Uno

Canal Uno frecuencia 21 tiene una participación alta en cuanto a primos que es un nivel bajo pues significa nivel 2 de importancia, y por primera vez aparece en un canal nacional un porcentaje de vecinos siendo el nivel más bajo, aunque sea de tan solo un 7% para ser un canal nacional puedes ser preocupante estos porcentajes pues entre los dos niveles hacen un 47%.

Íntimas.

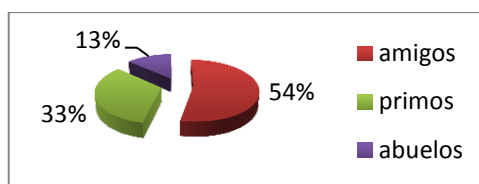


Ilustración 45 Comparación de Íntimas

Un canal muy poco conocido en nuestro medio tuvo la percepción de un porcentaje muy bajo con un 54% representado por amigos con un nivel de 1, mientras que el nivel más alto de los abuelos representa un 13% siendo de nivel 3.

Unsión.

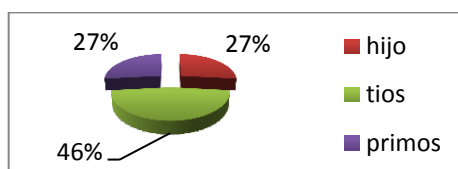


Ilustración 46 Comparación de Unsión

Unsión Televisión frecuencia 25 tiene una participación alta en el nivel 3, representada por los tíos, tiene un nivel alto si ponemos en paralelo con diferentes canales nacionales, también tiene una participación alta en el nivel 4 representada por los hijos con un 27%.

RTU.

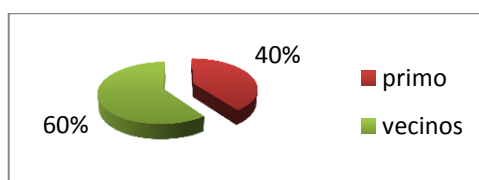


Ilustración 47 Comparación de Rtu

Rtu un canal nacional tiene una percepción completamente baja, el nivel más bajo de vecinos tiene el 60%, dando a conocer que la gente no tiene una muy buena imagen de este canal.

Austral Televisión.

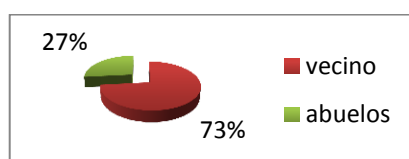


Ilustración 48 Comparación de Austral

Austral televisión tiene una participación muy alta en el nivel de amigos siendo el nivel con menor importancia, pese a que tiene un 27% en el nivel 3 lo cual no tiene el canal RTU.

Cañar TV.

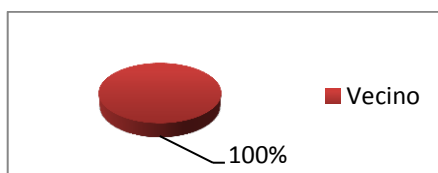


Ilustración 49 Comparación de Cañar Tv

Este gráfico es completamente decepcionante toda la gente opina que este canal tiene un solo nivel de importancia que es el de vecino, es decir un nivel de 1 sobre 5.

Oromar Tv.

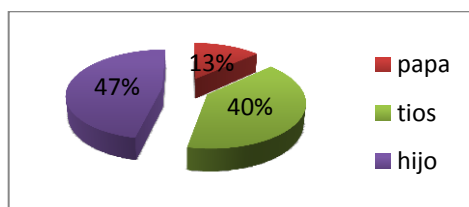


Ilustración 50 Comparación de Oromar Tv

Oromar Tv. Frecuencia 40 tiene apenas un año y medio de estar en el medio y ya tiene una percepción positiva de la gente con un 47% en el nivel de hijos, siendo el segundo más importante, también muestra un pequeño porcentaje del nivel más alto con un 13%.

Ecuador Tv.

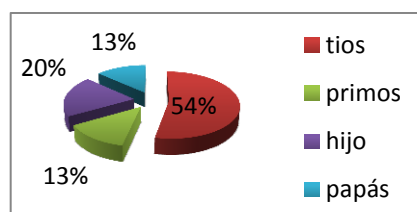


Ilustración 51 Comparación de Ecuador Tv

Ecuador Tv el canal público del Ecuador tiene una percepción buena por la gente, tiene un 54% como el nivel más alto siendo el de tíos que representa el nivel 3, y lo curioso es que comparte el mismo porcentaje del nivel más alto con el más bajo con 13%.

5.4 Matriz de definiciones y avances.

Tabla 4 Matriz de debates

DEFINICIONES Y AVANCES	ENCUESTAS	ENTREVISTAS	ENCUESTA ADJUNTA
TIPO DE PROGRAMA	DEBATE	DEBATE	
PROGRAMA DE DEBATE CONOCIDO	LOS DESAYUNOS, CONTACTO DIRECTO.	LOS DESAYUNOS, CONTACTO DIRECTO.	
CARACTERÍSTICAS DE OTROS PROGRAMAS	POCO PROFUNDOS, AMARILLISTAS, PARCIALIZADOS, IMPRODUCTIVOS, VACIOS, BANALES, REPETITIVOS, SUPERFICIALES, SIN CRITERIO, BÁSICOS, SIMPLES, INÚTILES, POCO INTERESANTES,	MEDIOCRES, BAJA CALIDAD, BAJO IMPACTO.	

	ABURRIDOS, CANSADOS, FEOS.		
PROGRAMAS DE PREFERENCIA	INFORMATIVO		
CONTENIDO	SOCIALES	SOCIALES	
CARACTERÍSTICAS	IMPARCIALIDAD RESPETO OBJETIVIDAD EQUIDAD HONESTIDAD SERIEDAD UTILIDAD CRITERIO	IMPARCIALIDAD OBJETIVIDAD EQUIDAD UTILIDAD SERIEDAD HONESTIDAD RESPETO CRITERIO CALIDAD PREPARACIÓN	

CANAL	ECUAVISA ECUADOR TV TELEAMAZONAS	ECUAVISA ECUADOR TV GAMATV TELEAMAZONAS RTS	ECUADOR TV
DIA	MARTES Y JUEVES	DOS DÍAS A LA SEMANA	
HORA	20H30	NOCHE	
DURACIÓN	30 MINUTOS	30 MINUTOS	
COLORES	BLANCO GRIS AZUL		
MODERADOR	1		
INVITADOS	4		
BARRA DE CARACTERES	RECTANGULAR		
PRESENTACIÓN	VIDEO FOTOGRAFIA		
MÚSICA	RÍTMICA		

EXTRAS	TESTIMONIOS ENTREVISTAS VIDEOS		
NOMBRE DEL PROGRAMA	PUNTO DE VISTA		
NECESIDAD DE CREACIÓN	SI	SI	SI

5.5 Ranking Google:

Tabla 5 Ranking de canales

Canal	Visitas
Teleamazonas	11
Ecuavisa	9
ECTV	8
Gama	8
TC	6
Uno	6
RTS	8
Telerama	8
RTU	6
Unión	4
Telecuenca	4
Austral	0

6. CAPÍTULO 3.

6.1 Elaboración del formato.

6.1.1 Logo

punto
de vista

Ilustración 52 Primer Logo

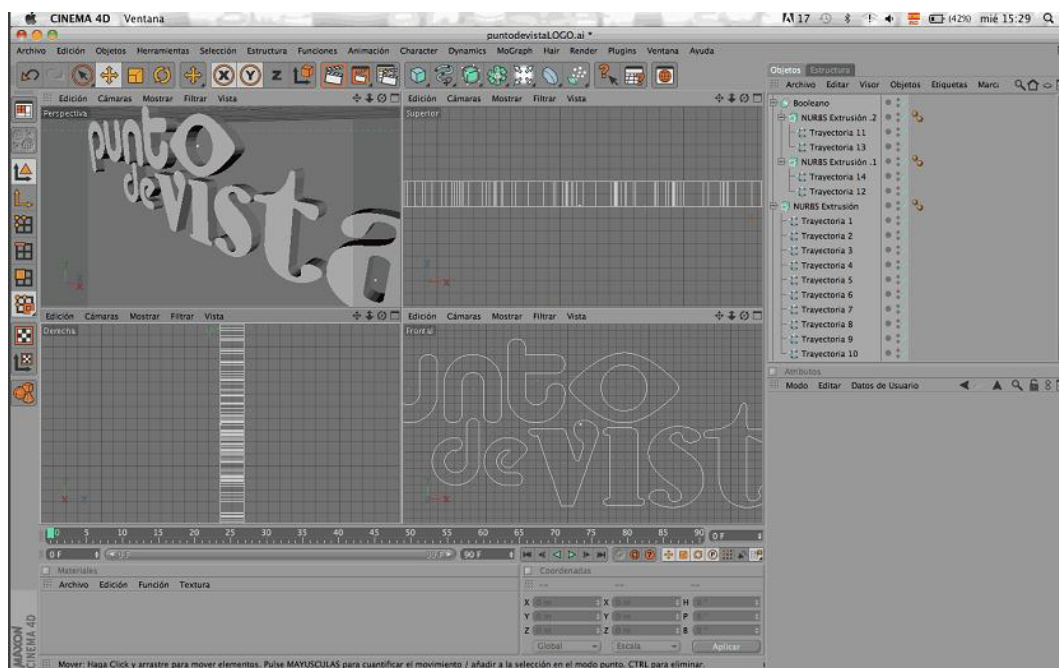


Ilustración 53 Programa Cinema 4D

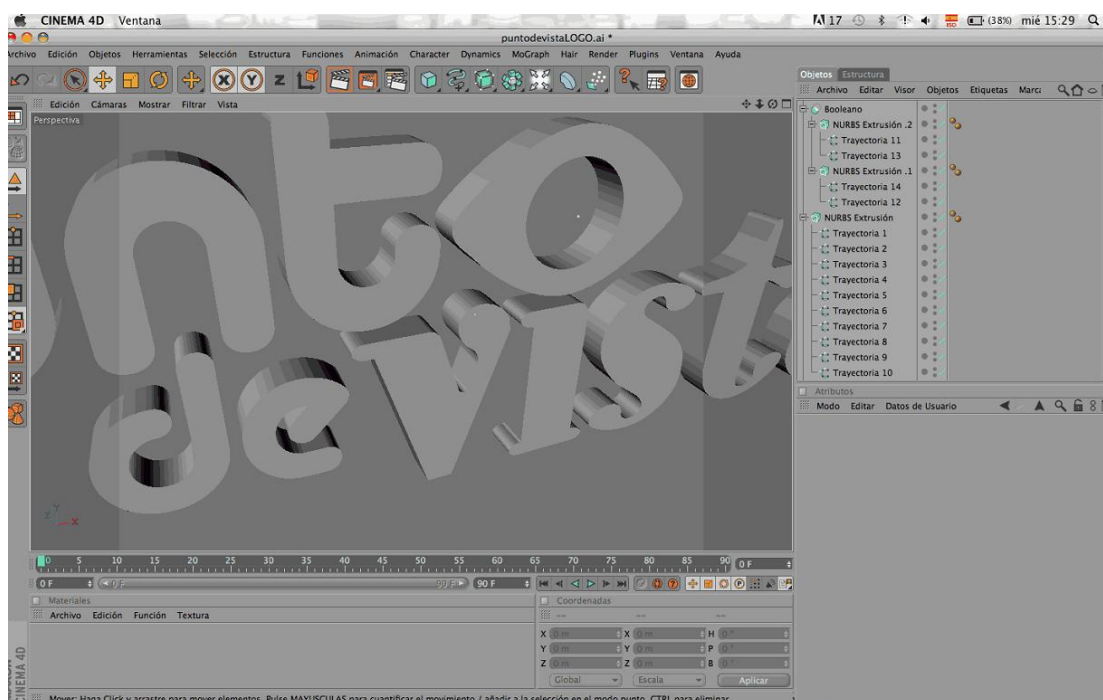


Ilustración 54 Pasos para crear el logo

Punto de Vista es un programa dirigido a jóvenes adultos que nos invita a descubrir soluciones prácticas a problemas cotidianos que vivimos en nuestra vida, con un formato de debate abierto donde hay distintos invitados de esta manera existe un feedback y no habría censura para distintos cuestionamientos que nos planteamos, convirtiéndose en un referente nacional de consejos, y evitándonos ir a donde un psicólogo

El programa se transmite los días martes y jueves, con una duración de media hora, en horarios focalizados para los targets objetivos ya detallados al principio, el público objetivo al que está dirigido es de 16 a 40 años, con un target de clase media a media-alta. Instrucción media y superior.

6.2 Segmentos

DIRECTO AL PUNTO

Espacio dedicado a dar un criterio directo del tema, una primera intervención que demuestra la postura de cada invitado en relación a lo tratado.

MI JUICIO

Espacio para aclarar el porqué del juicio de valor enunciado, debate, ejemplos y criterios.

SENSATEZ

Por medio de preguntas se impulsa a que los invitados emitan una conclusión en base de lo debatido, éste mensaje será impartido como consejo final hacia los invitados quienes sacarán sus propias conclusiones.

6.3 Matrices

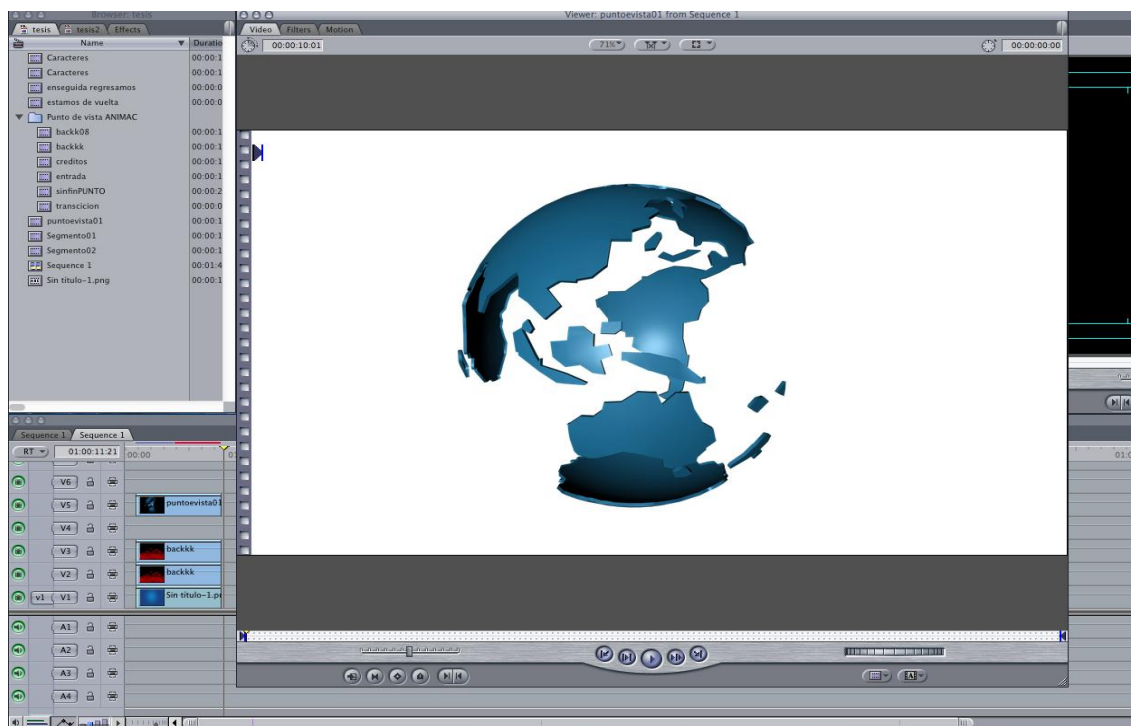


Ilustración 55 Segundo logo

El Programa “punto de Vista” tiene como logo central un Iso logo y un Iso tipo, el Iso logo lo conforma la parte “Punto de Vista”, mientras que la o de punto es un Iso logo que tiene la forma de un mundo, para esto se creó el mundo en un formato PNG sin trama y sin dibujar el mar, se usó el programa Cinema 4D para la creación de este logo, los colores y las formas se definió debido al estudio que se realizó mediante encuestas.

Tabla 6 Matriz de la creación del logo

6.4 Análisis de la creación del logo			
Claridad del logo	Claro	Obscuro	Difuminado
	X		
Texto	Sí	No	
	X	X	
¿A quién va dirigido el logo?	A personas que ven el programa		
Relación del logo con el programa	Si hay relación	Relación con ciertos elementos	No hay relación
	X		
¿Qué función cumple el logo	Representativa/Informativa	Expresiva/Emotiva	Apelativa/Conativa
	X		
Sensaciones al ver el logo	Agradable	Desagradable	Ninguna
			X
Observaciones			

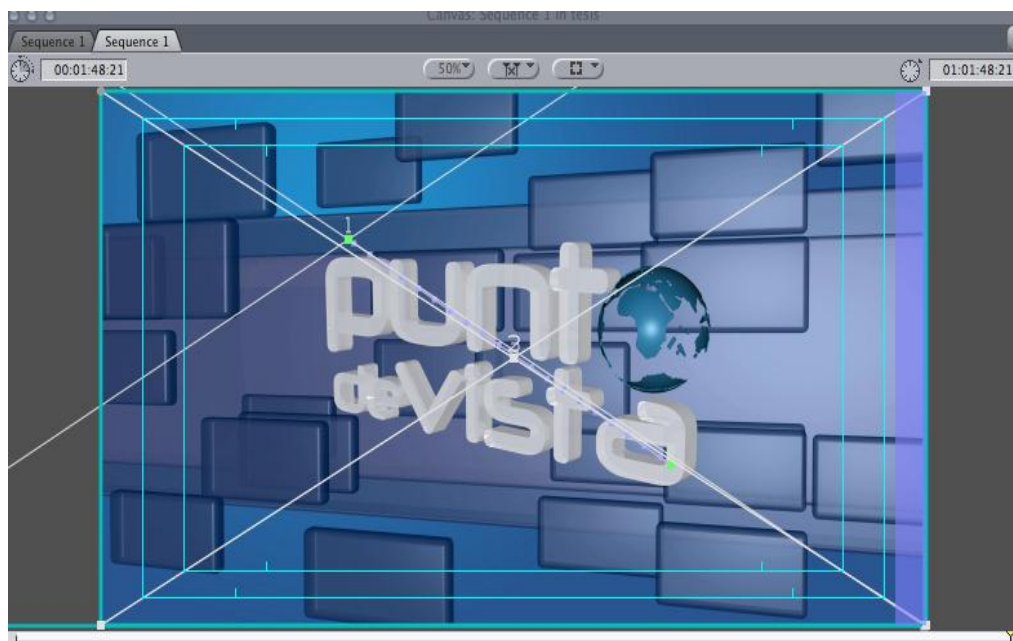


Ilustración 56 Logo Final

El logotipo de “Punto de Vista” se vería de esta manera al finalizar el análisis, cabe resaltar que la información recogida fue mediante encuestas y entrevistas a profundidad con el diseñador Mario Becerra, productor de diversos programas de televisión tales como Reflejos, Navegador, Muzyka, etc. Mismos que se han transmitidos con regularidad en los canales de televisión Unsión en Cuenca frecuencia 25 y Manavisión frecuencia 8 en toda la provincia de Manabí.

Para la edición del logotipo se ha utilizado dos programas, el primero que es el de la creación llamado Cinema 4D y para darle colores y efectos se utilizó al Final Cut Pro Versión 7.0.3, se llegó a esa conclusión después de un cambio ya que el primer logotipo fue creado simplemente con el valor de la recordación y era de esta manera.



Ilustración 57 Logo cambio de color

Para el piloto del programa se utilizará la edición fílmica por medio del programa Final Cut Pro versión 7.0.3, en vista de que es un piloto pero es una propuesta para que el programa tenga como valor agregado el hacerlo en vivo y de esta manera no se necesitaría edición.



Ilustración 58 Programa de edición

Tabla 7 Matriz de la definición del programa de edición

6.5 Análisis de elección del programa de edición			
Programa de edición	Final Cut Pro	Adobe Premiere	Movie Maker
	X		
Final Cut Pro vs Adobe Premiere vs Movi Maker	Velocidad	Efectos	Renderización
	X	x	x
Compatibilidad con Pc	Sí		No
			x
Observaciones			

Después de analizar los motivos de la elección del programa de edición se lo analizará internamente viendo como se efectúa la edición del mismo.

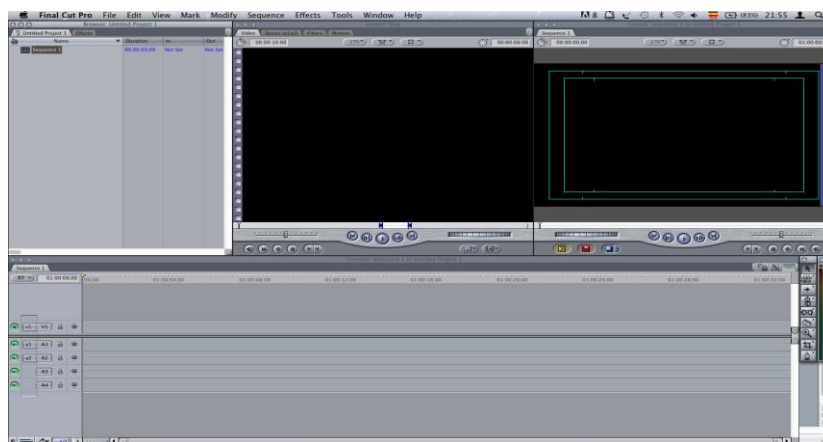


Ilustración 59 Programa abierto de edición

Tabla 8 Análisis del programa de edición

6.6 Análisis interno del programa de edición			
Video	1080p	720p	680p
	X		
Audio	Mono	Estéreo	Sin Sonido
		x	
Utiliza fotos	Sí	No	
	X		
Efectos	Sí	No	
	X		
Capas	1	5	Indefinido
			x
Observaciones			

De esta manera se analiza el programa de edición y se cumple satisfactoriamente los requisitos para tener un programa de muy alta calidad, en este programa podemos editar un tiempo indefinido con cualquier clase de efectos tanto de sonido como de video.

Una vez abierto el programa es la hora de empezar a trabajar con el diseño de la línea gráfica, según los estudios mediante encuestas la gente prefiere las figuras rectangulares con colores claros, de esta manera se procedió a dibujarlas y hacerlas

en 3D con movimientos horizontales y una escritura simple de lo que vamos a observar a continuación.

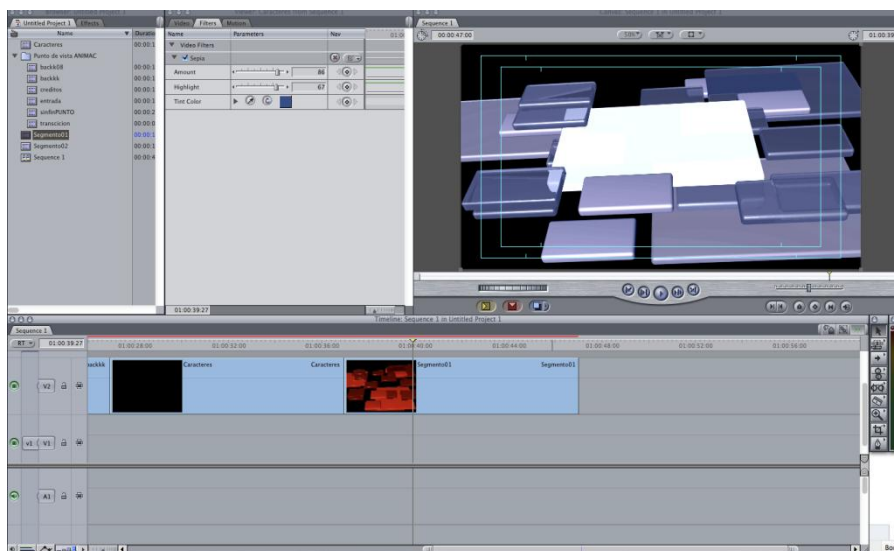


Ilustración 60 Montaje de línea gráfica

Los rectángulos azules y lilas son el diseño de la entrada a cualquier pata de entrada o pata de salida, el rectángulo blanco o más grande de todos es donde irá la escritura de cualquier segmento, pregunta o indicio de lo que va a suceder en el programa.

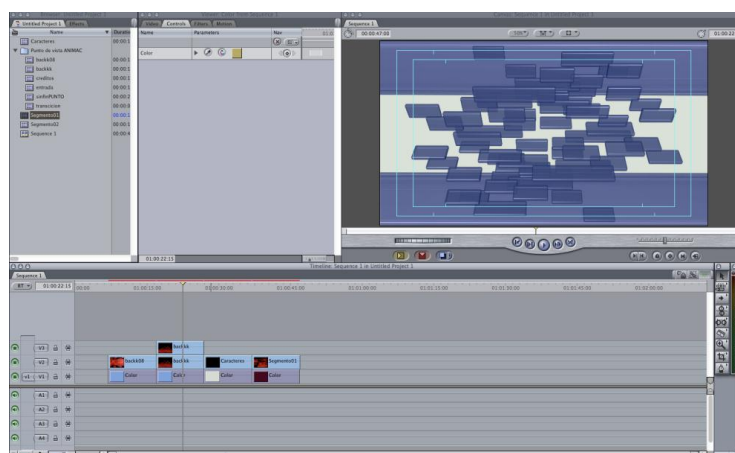


Ilustración 61 Manejo de capas

El tiempo de renderización de este proceso dura aproximadamente 2 a 3 minutos dependiendo de la memoria ram que tenga la computadora en que se realice este proceso, en nuestro caso se edita el programa en una mac book pro de 15 pulgadas de 250 de disco duro y 2 de ram, esto implica que el proceso es de 2 minutos.

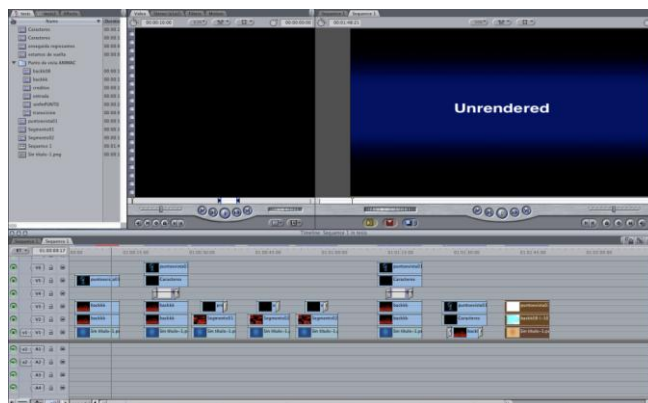


Ilustración 62 procedimiento de render

El render es la parte en que todas las capas de video se unen y se puede observar todo en conjunto, paso a ejemplificar este proceso, cuando uno va a cocinar tortillas tiene la sal, la harina y el agua por separado pero va a llegar el momento de unir todo, y luego no podremos separar ni el agua, ni la sal y ni mucho menos la harina, así mismo es el render une todas las capas para poder observar el video, caso contrario se observará algo similar al gráfico de arriba.

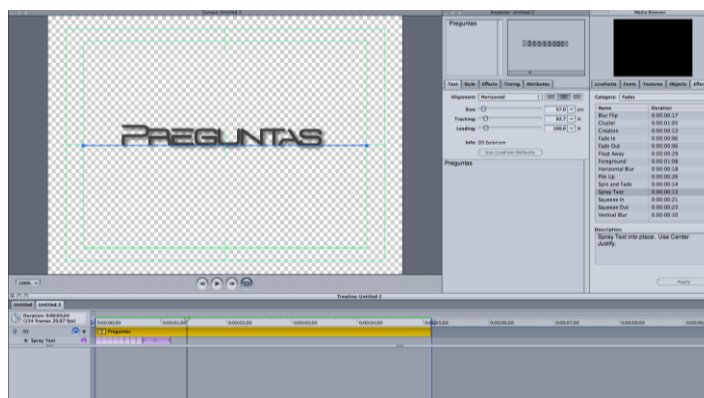


Ilustración 63 Programa LiveType

Para la tipografía de los segmentos, preguntas, salidas y entradas de corte se las realizó en el programa LiveType, programa especializado para la creación de tipografía distinta a la común, una escritura formal que tiene un movimiento horizontal de derecha a izquierda tanto para salidas como para entradas de corte.

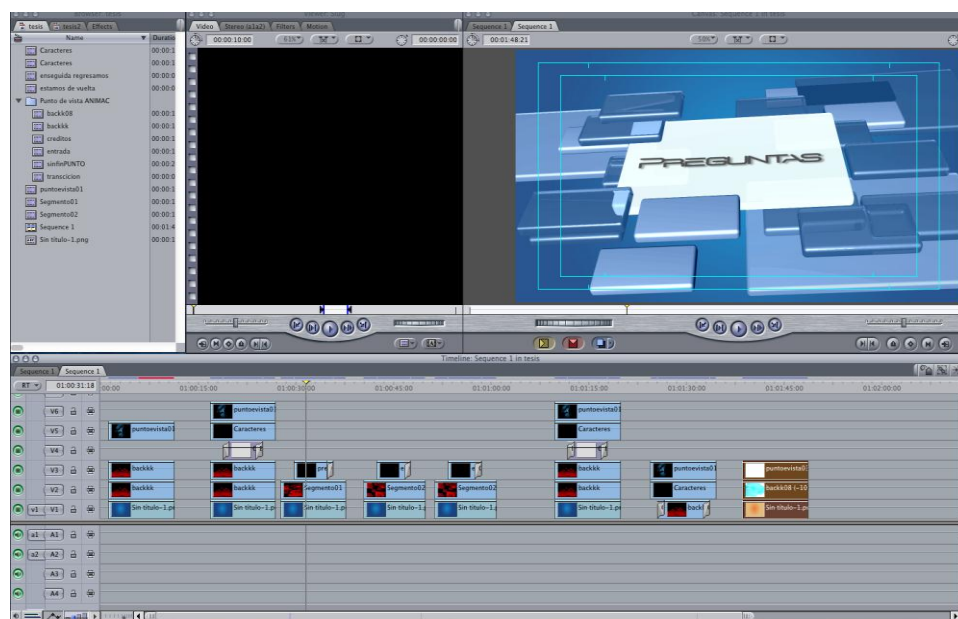


Ilustración 64 Montaje de caracteres

De esta manera se ve en el programa Fina Cut pro con un total de tres capas dos de animación y una de escritura, esto tiene la duración de 3 a 5 segundos dependiendo de cómo se esté avanzando en la edición del programa.

7. CAPÍTULO 4.

GRABACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROGRAMA PILOTO.

7.1 Definiciones técnicas y Recursos filmicos

Cámaras de video

Todo set de Tv necesita un mínimo de dos cámaras para el film y poder facilitar la edición en el caso de que sea pregrabado, si es en vivo lo ideal será tres cámaras, para lo cual se cuenta con tres cámaras Sony HD 1080i, que filmarán en manual, balance de blancos en NTSC a 720p, para la facilidad de implementar la línea gráfica que se ha creado en el mismo formato.

Luces

El juego de luces que se utilizará es de luz blanca o luz de neon, con 100 watts cada foco, un mínimo de siete luces, también se utilizará el mismo estilo de luces para realizar un croma y determinar un segmento denominado directo al punto, donde el ancord o moderador hablará sobre el tema.

Switcher

Para el film del piloto del programa se utilizará un switcher que facilitará el manejo de cámaras, este switcher dirigirá la toma a cada invitado y moderador, el switcher se convierte en un patrón general del film, pues junto con el switcher estará el productor del programa.

Final Cut Pro

Programa de edición para la armada del programa en general, este programa maneja distintos formatos, el ideal será NTSC, 720p HD, en este mismo programa de

edición se pondrán distintos efectos para el inicio y cierre de programa, y también para la salida y regreso de la pausa, este efecto se llama cross dissolve y edge.

Set

Se tiene un set semi profesional ideal para tres cámaras, pues los encuadres son ideales para planos generales y cerrados, también es ideal para el manejo de luces y propicio para el audio pues no existe eco.

Televisión LCD

Aquí se verá los sin fin del programa lo cual dará credibilidad y presencia de marca en el foro.

7.2 Convenio

En la ciudad de Cuenca, a los dos de julio de 2012, se firma el siguiente convenio por una parte el Lic. Jonathan Herrera y Lic. Galo Molina, en representación del programa PUNTO DE VISTA con número de RUC 0104458021001, y por otra parte el Eco. Diego Vázquez, en representación del centro comercial COSTTO, con número de RUC 0101168151001, por sus propios derechos y de forma libre y voluntaria, convienen las siguientes cláusulas:

El programa **PUNTO DE VISTA** que se transmitirá los días martes y jueves a las 21h00, se compromete con **COSTTO** a transmitir:

Cuatro pizarras y dos menciones durante la transmisión de cada programa, junto con 3 spots publicitarios AA, Cada pizarra tiene un costo de 10.00USD, la mención un costo de 20.00USD y el spot un costo de 22. Lo que da un total de \$288 por semana, lo que daría un total al mes de \$1.152

COSTTO se compromete con el programa PUNTO DE VISTA a:

A dar un canje para la implementación del set del mismo precio del paquete que se le está brindando, ellos podrán disponer de Televisiones LCD, teléfonos, Muebles, Etc, para el bien del programa. Este canje debe sumar al final del mes %\$1.152

El presente CONVENIO vence dentro de 6 meses a partir de la primera transmisión.

Como constancia del presente convenio firman original y copia al pie del mismo las partes interesadas.

Jonathan Herrera

Eco. Diego Vázquez

PUNTO DE VISTA

COSTTO

7.3 Casting de talentos.

Utilizando el modelo que a continuación se presenta se realizó el casting de talentos a varios hombres y mujeres interesados en ingresar en el mundo televisivo y que se presentaron a Unsión Tv a mediados del mes de noviembre:

Tabla 9 elección del presentador

CASTING				
POR FAVOR LLENE SUS DATOS				
NOMBRES	Dayanna Beatriz			
APELLIDOS	Agreda Regalado			
EDAD	23	FECHA NAC:	6 de diciembre 1989	
DIRECCION	Omar Torrijos y Pumapungo			
TELEFONOS	##	CEL:	87131715	
ESTADO CIVIL	soltera			
ESTATURA	1.65	OJOS	café	
TES/PIEL	blanca	CABELLO	castano	
ACENTO	costeño	MEDIDAS	90-65-95	
VALORACION				
DATOS PARA USO INTERNO				
SOLTURA DIALOGO				
SOLTURA PRECENCIA				
PRONUNCIACION				
RETENCION				
IMPROVISACION				
ADICIONALES				



Tabla 11 Comparación de presentadores

[illegible]

El seleccionado para que sea el moderador del programa es:

APELLIDOS: Morocho Ochoa
 NOMBRES: Freddy Bernardino
 EDAD: 33 Años
 RESIDENCIA: Cuenca – Ecuador
 DIERCCION: Belizario Andrade 3-142
 TELEFONO 072-882198 CEL. 094582358



ESTUDIOS REALIZADOS

Instituto Técnico Fiscal “Francisco Febres Cordero” Bachiller Técnico en Comercio Y Administración, especialización Computación.

EL DEPARTAMENTO DE IDIOMAS DE LA FACULTAD DE FILOSOFIA, LETRA DE LA EDUCACION DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA. “CONFIERE EL PRESENTE DIPLOMA A MOROCHO OCHOA FREDY BERNARDINO, Por haber aprobado el octavo ciclo del idioma IGLES.

Cuenca 14 de febrero de 2007

El Centro Ecuatoriano Norteamericano “ABRAHAM LINCOLN” This Certificate is awared to Fredy B. Morocho Ochoa. FOR HAVING SUCCESFULLY FULFILED THE REQUERIMENTS FOR THE 450 HOUR COURSE OF ENGLISH OFFERED AT THIS INSTITUTION.

Cuenca july 19Th, 1996

El Centro Ecuatoriano Norteamericano “ABRAHAM LINCOLN” This certificate is awarded to Fredy B. morocho Ochoa. For having successfully completed the Advanced Conversation Course of English offered at this institution.

Cuenca july 19Th, 1996

Autocad R13 nivel I: Universidad de Cuenca 1998.

Calvary Chapel Golden Springs y Seminario Teológico de Cuenca – Ecuador
Noviembre 14 -2003.

Hebreo bíblico: capilla Calvario Cuenca 23-10-2003.

Principios de Crecimiento Espiritual, Cuenca Julio 13-2003.

Capilla Calvario Cuenca 2001.

Seminario Internacional “nuevas miradas para grandes desafíos” Facultad de
Jurisprudencia y Ciencias Políticas Sociales. Universidad de Cuenca.

EXPERIENCIA LABORAL

Programación y dirección del programa radial para niños “Gotitas de esperanza”
Radio Visión Cristiana Internacional. 13330 AM 2005-2007

Programación del Programa radial “Juventud Cristiana” RADIO Visión Cristiana
Internacional 1330 AM 2006.

Programa de TV. En Familia. UNSIÓN TV

Programa Tv un Buen Consejo. UNSIÓN TV

TRABAJO ACTUAL

Pastor principal de “Capilla Calvario Ecuador”

Director de “ Calvary Chapel Bible Collegue” Ecuador

Director de “Calvary Arts”

Calvary Arts es un entidad sin fines de lucro dedicada a rescatar los valores de los niños, la juventud y la familia, a través del arte, como; Musica, teatro, mimo, títeres, lo cual se ha hecho en al ciudad de Cuenca.

Conferencias y seminarios sobre la familia. La cual se hace de una manera integral, tocando a todos los actores de una familia. Padres e hijos. Los temas a tratar son los siguientes

Origen de la Familia

Rol del esposo

Rol de la esposa

Rol de los hijos

Rol de la familia en la sociedad.

¿Por qué sobre la familia? Una sociedad que no esté compuesta por la familia y no es sociedad.

Conferencia liderazgo y armonía laboral

Ministerio de Turismo

Casa de la juventud.

ESTUDIOS ACTUALES

Estudiando Orientación familiar - Universidad de Cuenca- Facultad de Jurisprudencia.

7.4 Estudio de locaciones.

La selección de la locación se basó principalmente en el guión del programa, donde la principal prioridad fue el sonido, se necesitaba de un lugar apropiado donde no hubiera ruido para poder debatir adecuadamente, la segunda prioridad era la de una proyección de video donde se observara un reportaje y la opinión del público sobre las redes sociales, el ambiente del set es oscuro lo cual demuestra seriedad en cada tema tratado, también se necesitaba un lugar donde haya la flexibilidad de usar una pluma o grúa para las entradas y salidas de corte, el set utilizado es el del programa en vivo 608 de Unsión Tv, en este set hay una capacidad para 7 personas incluido la el moderador, para “Punto de Vista” fueron 5 personas incluido el moderador, se contó con tres camarógrafos, un swichert y un sonidista, en el mismo set entró el jefe de piso Galo Molina y en el departamento de operaciones estaba el productor Jonathan Herrera, para la realización del piloto del programa “Punto de Vista” se necesitaron 12 personas.

A este set se le debe incluir el manejo de luces de 100w y 150w las cuales proyectaban directamente a los panelistas y moderador Freddy Morocho, la prestación del set fue de 60 minutos tan sólo por una vez, es decir no había margen de error para la grabación, puesto que la grabación fue en vivo y no en cassettes, mismos que se usaron simplemente para respaldo de la grabación, pero cada imagen por separado, cada cámara tenía su propia toma y en el momento de edición siempre había q elegir la toma.

El set elegido tenía las dimensiones de 4x8 mts, donde se ubicaron las cámaras estratégicamente para que la luz no rebote ni genere efecto de brillantez, también hay que tomar en cuenta que en el set siempre hubo dos monitores uno donde siempre estaba girando el logo del programa, y el otro monitor donde se vieron las entrevistas y el reportaje de las redes sociales.

Para la implementación técnica se cuenta con tres cámara HD mismas que estarán instaladas en trípodes que brindan mayor seriedad y profesionalismo al eliminar los movimientos bruscos, contaremos con swicher que nos permitirá ponchar las mejores imágenes en el momento oportuno, para ver el comportamiento de las personas usaremos planos detalle, y primerísimos primeros planos, a esto se sumó la escenografía que aparenta un ambiente de conversación y confianza, y en la parte alta se utilizará un juego de luces, 8 juegos de 100w, combinando distintos colores para que la escenografía sea más acogedora.



Ilustración 65 Invitados



Ilustración 66 Grabación primer bloque



Ilustración 67 Toma al presentador



Ilustración 68 Dirección de cámaras



Ilustración 69 Control de guión

7.5 Definición de invitados.

Psic. Diego Sánchez.

Sacerdote. Blas Pineida.

Lcda. Johanna Heredia.

Abg. Carlos Reinoso.

7.6 Story board y guión.

Nombre del programa: Punto de Vista.

Canal: Ecuador TV.

Temática: Programa informativo de debate.

Duración: 30 minutos.

Producción: Jonathan Herrera – Galo Molina.

Tema:

“CELULARES Y REDES SOCIALES, MEJOR COMUNICADOS O MÁS AISLADOS”

Invitados:

CARLOS WILFRIDO RIVERA REINOSO

30 AÑOS

UNIVERSIDAD DEL AZUAY, ABOGADO DE LOS TRIBUNALES DE JUSTICIA.

BECADO POR LA UDA, FUNDACION ECUADOR LIBRE Y BANCO DE GUAYAQUIL EN EL PROGRAMA DE LIDERAZGO PARA LA COMPETITIVIDAD.

CANDIDATO A ASAMBLEÍSTA NACIONAL 2007.

CAPACITADOR DEL TRIBUNAL ELECTORAL DEL CAÑAR 2008.

ABOGADO EXTERNO DE VAZCORP 2009.

ABOGADO DE LA BOLSA INTERNACIONAL DE TURISMO PARA ECUADOR 2009.

COLUMNISTA DEL DIARIO LA PORTADA, EL HERALDO Y THE INDEPENDENT INSTITUTE.

BLAS JOSÉ MEJIA MARENCO

SACERDOTE EUDISTA

40 AÑOS

3 AÑOS DE VIDA MINISTERIAL

VICERRECTOR Y ECÓNOMO DEL SEMINARIO MAYOR SAN LEÓN MAGNO – CUENCA.

DIEGO ESTEBAN SANCHEZ.

PSICOLOGO CLINICO.

34 AÑOS.

PSICOLOGO DEL CENTRO DE ADICCIONES BUENA VOLUNTAD EN YUNGUILLA.

CONSULTORIAS PRIVADAS.

DESTREZA EN DIAGNÓSTICO Y TRATAMIENTO DE ADICCIONES;
MANEJO DE HABILIDADES SOCIALES.

JOHANA HEREDIA.

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

OBTUVO LA PRESEA HONORATO VÁZQUEZ, COMO MEJOR EGRESADA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY.

ESPECIALIZACIONES EN “COMUNICACIONES INTEGRADAS AL MARKETING” EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA (ARGENTINA)

DIPLOMADO DE BTL, DENTRO DE LOS PROGRAMAS INTERNACIONALES DEL INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MONTERREY EN EL ECUADOR.

SE HA DESEMPEÑADO LABORALMENTE EN LA PREFECTURA DEL AZUAY, EN LA FUNDACIÓN DEL CINE ECUATORIANO – CINEC -, AGENCIA LATERALIA, AGENCIA TRILOGÍA, ADVANCE CONSULTORA, Y DEMÁS PROYECTOS COMUNICACIONALES INDEPENDIENTES.

SU TEMA DE TESIS FUE EL “FORTALECIMIENTO DE IMAGEN CORPORATIVA A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MODELO DE SALA DE PRENSA VIRTUAL” DICHO MODELO HA SIDO DESARROLLADO TECNOLÓGICAMENTE POR LA EMPRESA RELACIONES PÚBLICAS DIGITALES, LA CUAL GERENCIA Y EN LA QUE ESTÁ A CARGO DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y CREATIVA DEL MANEJO DE PLATAFORMAS SOCIALES CORPORATIVAS.

CAPACITACIONES BRINDADAS

2011, “LA TECNOLOGÍA COMO ALIADA A LA ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO”, CÁMARA ECUATORIANO AMERICANA DE COMERCIO, CUENCA

2011, “*EL PODER DE LAS RELACIONES PÚBLICAS DIGITALES*”, I ENCUENTRO DE RELACIONES PÚBLICAS DEL ECUADOR, LOJA

2012, “*COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA POLÍTICA*”, GOBIERNO PROVINCIAL DE LOJA, LOJA

2012, MÓDULO DE CURSO DE GRADO DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO “*RELACIONES PÚBLICAS DIGITALES*”, UNIVERSIDAD DE CUENCA, CUENCA

7.7 Guión

Saludo:

Presentación:

Presentación invitados:

MI JUICIO

Intervención y debate de los invitados:

Video.

DIRECTO AL PUNTO

Intervención aleatoria de los invitados.

Video.

SENSATEZ

Conclusiones e intervenciones de los invitados.

Despedida:

7.8 Entrega del piloto a un productor de televisión y aun periodista para su evaluación y validación. (Informe)

Informe del Productor de televisión Mario Becerra:

“El programa de televisión “Punto de Vista” con duración de 30 minutos es un programa con temas variados, donde hay mucha flexibilidad de contenidos y una facilidad en el manejo de post producción o edición, el primer punto que observé es que hay mucha diferencia en un programa en vivo y un programa editado, el programa en vivo sale mucho más natural, la parte de la línea gráfica está muy limpia y muy entendible, se puede mejorar, pero la línea gráfica de punto de vista es muy vistosa y se apega al formato que quieren proyectar, el tema es muy flexible para realizar muchas cosas, me pareció perfecto el mostrar sólo un reportaje y una nota de entrevistas debido al tiempo de tan sólo 30 minutos, los invitados a mi parecer un poco fríos porque cuando uno opina debe dar argumentos de su respuesta.

En cuanto al moderador sabía de lo que hablaban pero con varias interrupciones donde no debía le falta un poco de experiencia con el manejo de cámaras, en cuanto al set me pareció muy serio, no sé si eso querían transmitir, me parece un formato adecuado para el tipo de target que quieren mostrar, para un piloto está bien, sin embargo hay que mejorar el sonido y manejo de cámaras con el moderador en programas en vivo, la ventaja es que Ecuador TV apoya a este tipo de programas pues intentan proyectar siempre un mensaje, para que los pilotos de programas sean todo un éxito se debe ensayar un mínimo de tres veces, me sorprendí al ver un producto así en sólo un intento, creo en mi experiencia de 13 años en televisión que con el transcurso del programa van ir puliendo todas esas falencias, el resto me pareció muy bien”.

8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MESES						
ACTIVIDADES	MARZO	ABRIL / MAYO / JUNIO	JULIO / SEPTIE MBRE	OCTU BRE	NOVIE MBRE /DICIEM BRE	ENER O
PRESENTACIÓN Y APROBACIÓN DEL DISEÑO DE TESIS						
MARCO TEÓRICO. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA. ENCUESTAS. ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD. INVESTIGACIÓN COMPARATIVA. DESARROLLO DE LA LÍNEA GRÁFICA.						

BORRADOR 1. REVISIÓN						
CREACIÓN DE MATRIZ DE AVANCES, DEFINICIONES Y PROGRESOS. FINALIZACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA. MATRIZ DE DISEÑO DE PROGRAMA. BORRADOR 2. REVISIÓN BUSQUEDA DE AUSPICIANTES Y ESPACIO TELEVISIVO.						
IMPLEMENTACIÓN SE SETS. OBTENCIÓN DE IMPLEMENTOS Y RECURSOS. DEFINICIONES TÉCNICAS.						

CASTING DE TALENTOS.						
ESTUDIO DE LOCACIONES.						
REVISIÓN.						
DEFINICIÓN DE INVITADOS.						
STORY BOARD Y GUIÓN.						
GRABACIÓN Y EVALUACIÓN DEL PROGRAMA						
PILOTO.						
ENTREGA DEL PILOTO A UN PRODUCTOR DE						
TELEVISIÓN Y AUN PERIODISTA PARA SU						
EVALUACIÓN Y VALIDACIÓN.						
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.						
REVISIÓN FINAL.						
IMPRESIÓN.						

DISERTACIÓN FINAL.					
--------------------	--	--	--	--	--

9. PRESUPUESTO

PRODUCTO – SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CÁMARAS (ALQUILER)	3	100	300
LUCES	2	150	300
MICRÓFONOS (CORBATEROS)	5	100	500
CONSOLA DE AUDIO (ALQUILER)	1	300	300
MESA	1	400	400
SILLAS	5	60	300
ALFOMBRA	1	200	200
PLASMAS	2	450	900
LUGAR (ALQUILER)	1	100	100
PAGO MODERADOR	1	292	292
SERVICIO DE CATERIN	1	30	30
CAMARÓGRAFOS	3	292	876

EDICIÓN	1	292	292
PAGO DE CONSUMO DE LUZ	1	50	50
LLAMADAS DE CELULAR	1	50	50
TRANSPORTE	1	50	50
DERECHOS DE TESIS	3	3	300
IMPRESIÓN DE TESIS	3	50	150
TOTAL:			5390

10. CONCLUSIONES:

Luego de la investigación realizada se llega a la conclusión de que los programas de debate existentes en nuestro país no cumplen con el objetivo real de un programa de esta índole, son aburridos, parcializados y no tienen ningún efecto en las personas.

Existe claramente el deseo, la necesidad y la aceptación de una nueva propuesta televisiva que proponga un análisis real, por medio de un debate efectivo y equitativo que ponga a consideración de las personas criterios válidos y bien fundamentados de temas de alta importancia social.

Las herramientas comunicacionales y técnicas para la realización de un programa de debate como el que se propone, están a nuestro alcance, por lo que es viable la realización de este proyecto en televisión nacional siguiendo las características y recomendaciones que obtuvimos en esta investigación.

11. RECOMENDACIONES:

Por todo lo mencionado, recomendamos la aprobación del proyecto de creación de un programa de debate televisivo denominado como “Punto de Vista” con las características mencionadas en esta tesis y con los objetivos claros, ya planteados y aquí expuestos.

Realizar un estudio de análisis de impacto y aceptación del programa propuesto, de esta manera se conocerá si se está cumpliendo con los objetivos planteados.

Generar espacios y charlas de manejo de debate para otros programas y colegas periodistas que quieran mejorar sus contenidos periodísticos y manejo de contenidos, mismos que deben ser dictados por profesionales en el área.

12. BIBLIOGRAFÍA:

CADENASER. Cadena SER. 01 de FEBRERO de 2012. 15 de ENERO de 2012 <http://www.cadenaser.com/espana/articulo/debate-programas-vistos-miden-audiencias/csrsrpor/20080226csrscsnac_11/Tes>.

Clavijo, Ernesto. Sistemas informativos por televisión. Edgar Jaramillo, 2003.

Gowan, John. Norteamericano, ingeniero y productor de TV. Edgar Jaramillo, 2003.

Gratuito, Diccionario. Diccionario Gratuito Virtual. 13 de Mayo de 2012. 13 de Mayo de 2012 <<http://es.thefreedictionary.com/productor>>.

IDEbate. idebate.ñ. 14 de Enero de 2012. 28 de Enero de 2012 <http://workserver.idebate.org/es_clone/debate/argentina-programa-%E2%80%9Cdebate-sin-fronteras%E2%80%9D/>.

Jaramillo, Edgar. Evolución y retos de la televisión. Quito: Ciespal, 2003.

Martín Barbero, Jesús. «El control es un atentado contra la libertad.» El Comercio 21 de mayo de 2008.

Peralbo, Rodrigo Santillán. «El lenguaje en el periodismo de opinión.» Peralbo, Rodrigo Santillán. El lenguaje en el periodismo de opinión. Quito: Intiyan, 2006. 15, 17, 30, 54, 73, 75, 77, 140, 244.

Prada, Raul Rivadeneira. La opinión pública. México: Trillas, 2002.

RALE. Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. 15 de MAYO de 2012. 15 de MAYO de 2012 <<http://www.rae.es/rae.html>>.

RCN. TVCOLOMBIA. 15 de Enero de 2012. 28 de Enero de 2012 <<http://www.tvcolombia.com/vercontenido.php?idM=4&idL=20&idC=95>>.

Rodriguez, Juan. Evolución y retos de la televisión . 2003.

SAMSON, Eric. Ética y sensacionalismo en la televisión. Edgar Jaramillo, 2003.

Schenkel, Peter. «Periodismo y Democracia.» CIESPAL. 1992. 5.

Wordpress. Tópicos Generales. 14 de Mayo de 2012. 14 de Mayo de 2012
<<http://topicosgerenciales.wordpress.com/2008/01/24/liderazgo-social/>>.

13. ANEXOS:

ANEXO 1 Investigación de la Consultora Advance con respecto al consumo de Facebook en Ecuador.

FACEBOOK: UNA NUEVA MANERA DE RELACIONARNOS, UN GRAN NEGOCIO.

En este siglo, con la explosión que resultó ser el Internet, surgieron diferentes formas de entretenimiento y de comunicación. Uno de los grandes cambios en nuestra forma de socializar y comunicarnos surgió gracias a las “redes sociales”. En ellas, las personas pueden crear su “perfil”, es decir, una página personal que les permite compartir publicar información, fotografías.

Facebook es actualmente el fenómeno social más grande e importante en el mundo, con poco más de 500 millones de usuarios (el 8% de la población mundial) ya tienen perfil en Facebook, si Facebook fuese un país sería el tercero en población en el mundo. Facebook se basa en la idea de una comunidad en la web en donde la gente puede compartir sus gustos y sentimientos pero más que nada se basa en conexiones de gente real.

Pero, ¿cómo empezó Facebook a adentrarse en la vida de tantas personas? En sus inicios Facebook comenzó siendo una comunidad para estudiantes de la Universidad de Harvard, los cuales podían intercambiar información, poco a poco la comunidad se fue expandiendo para aceptar usuarios estudiantes de otras instituciones como MIT, Boston University y Boston College, entre otras de las más prestigiosas instituciones de Estados Unidos. Después se fueron aceptando nuevos usuarios de otras universidades y preparatorias de Estados Unidos, dos años después en septiembre de 2006 Facebook se abre a todos los usuarios del Internet. Facebook actualmente representa el 24% del tráfico de internet y es la página más buscada en Google.

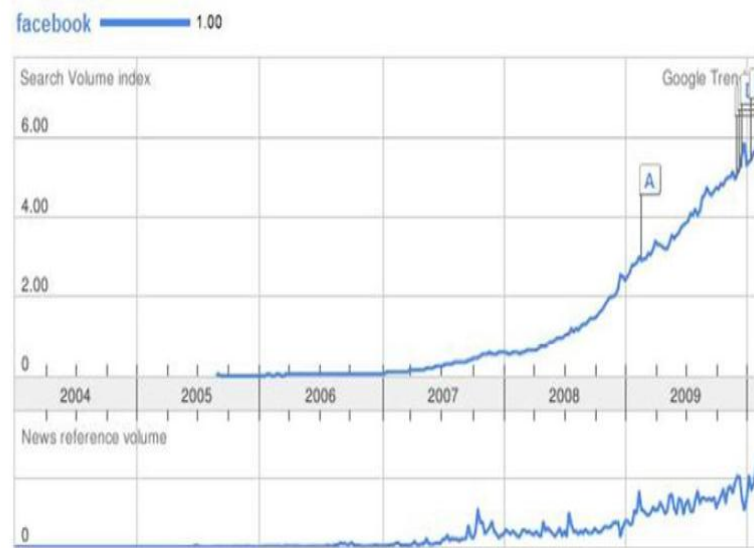
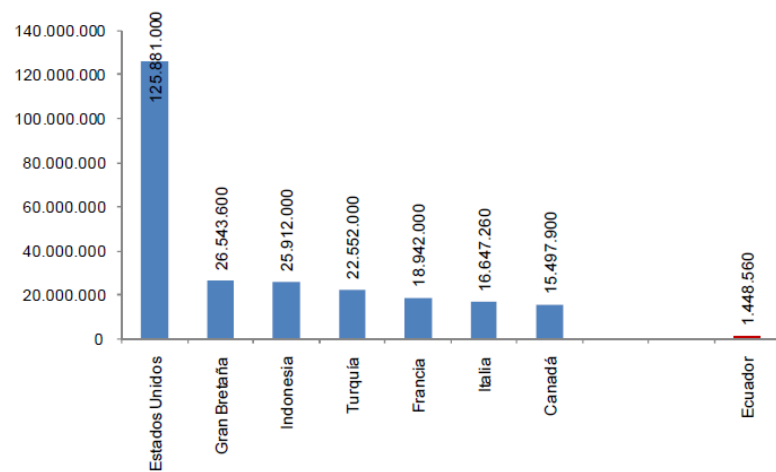


Ilustración 70 Crecimiento de Facebook

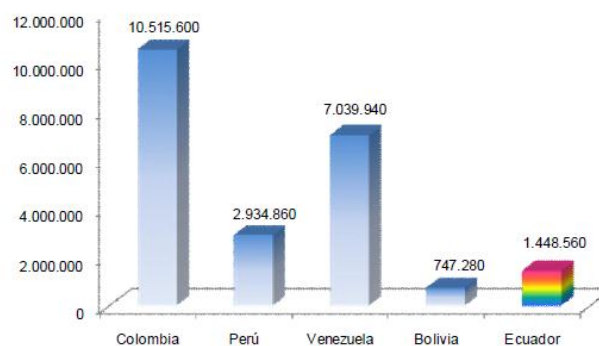
FACEBOOK EN EL MUNDO



Fuente: Facebook, Agosto 2.010

Ilustración 71 Facebook en América

FACEBOOK EN LOS PAÍSES ANDINOS



Fuente: Facebook, Agosto 2.010

Ilustración 72 facebook en países latinos

FACEBOOK EN ECUADOR

En Ecuador Facebook cuenta con cerca de 1.500.000 usuarios, lo que representa una penetración en el 10% de la población. Si contamos solamente a la población con acceso a internet, Facebook tiene una penetración del 72,35% en el país

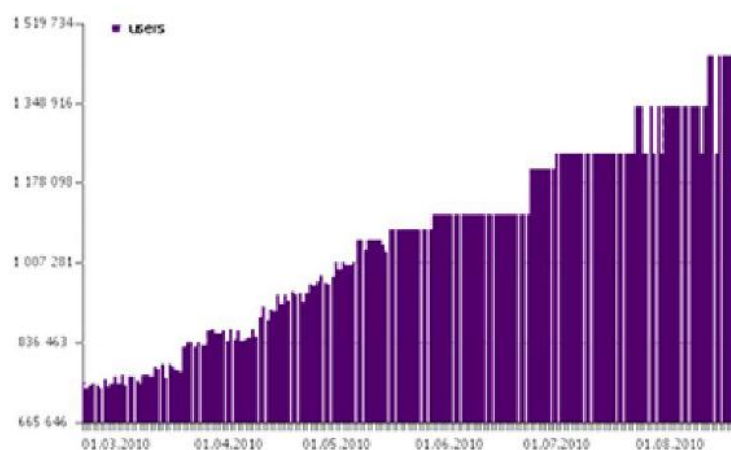
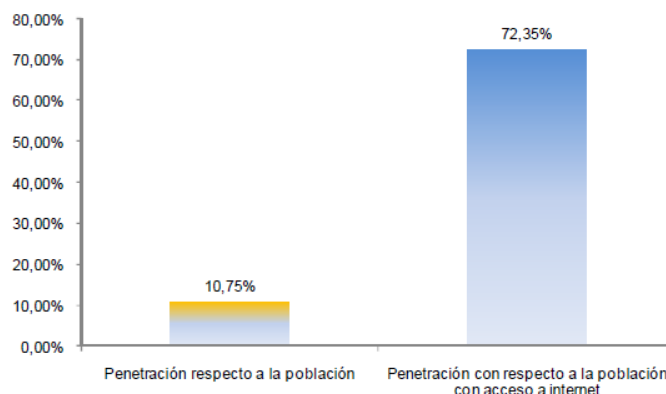


Ilustración 73 Facebook en Ecuador



Fuente: SUPTEL, advance CONSULTORA

Ilustración 74 Penetración de facebook en el mercado

Para conocer más sobre el perfil de los usuarios de Facebook, Advance CONSULTORA realizó una investigación durante el mes de Junio de 2010.

Número de encuestas:

Encuestas telefónicas aleatorias en función de la población con acceso a teléfono.

Segmento investigado:

Personas que tengan acceso a Internet.

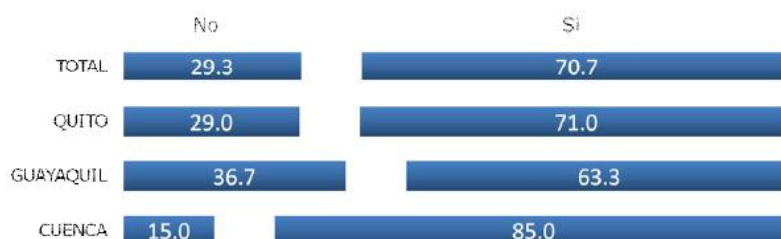
Distribución de encuestas:

400 Quito

450 Guayaquil

150 Cuenca

El 70,7% de las personas con acceso a Internet (en el Ecuador la tasa de penetración de internet bordea el 13%) tiene una cuenta en Facebook.



Fuente: advance CONSULTORA

Ilustración 75 Facebook en el país

La ciudad en la que existe una mayor penetración de Facebook es Cuenca y la menor en Guayaquil

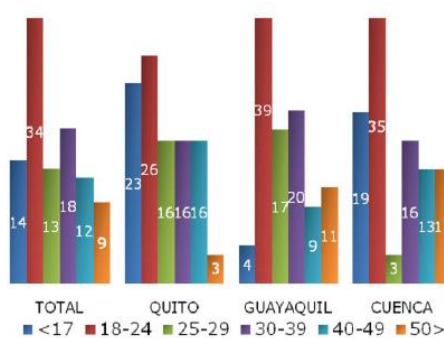
PERFIL DE LOS USUARIOS ECUATORIANOS DE FACEBOOK



Ilustración 76 Rango de mayor uso de facebook en el país

Fuente: advance CONSULTORA

En todas las ciudades la red social tiene una mayor penetración en el segmento femenino, la ciudad en la que existe una menor penetración en las mujeres es Quito.



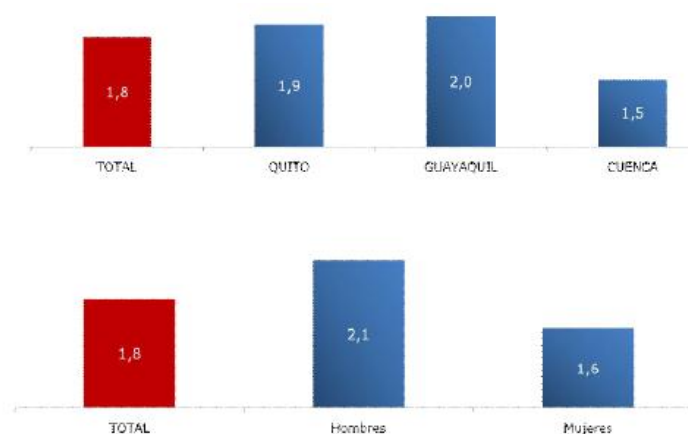
Fuente: advance CONSULTORA

Ilustración 77 Penetración en el mercado según géneros

El grupo de edad en el que existe una mayor cantidad de usuarios registrados de Facebook es el de 18 a 24 años, Podemos notar que conforme se incrementa la edad el porcentaje de suscritos a la red social disminuye.

TIEMPO PROMEDIO DE CONEXIÓN A FACEBOOK EN HORAS POR SESIÓN

El tiempo promedio de conexión es de 1,8 horas, sin embargo Guayaquil es la ciudad de mayor tiempo de conexión por sesión.



Fuente: advance CONSULTORA

Ilustración 78 Tiempo de Uso

Si bien las mujeres son las mayores usuarias de Facebook, los hombres usan la red social durante periodos más largos.

LA PUBLICIDAD EN FACEBOOK

Un 41,7% de los suscritos a Facebook indican haber recibido información de alguna marca o empresa, y de los que han recibido esta información la mitad está de acuerdo en que se las marcas o empresas les informen mediante la red social.