



Universidad Espíritu Santo

Facultad de Comunicación

Escuela de Periodismo

**NOTICIARIOS TELEVISIVOS FRENTE AL
INTERÉS DE LOS JÓVENES COLEGIALES**

Trabajo de investigación para optar al título de
Licenciado en las Ciencias de la Comunicación

Wladimir Carrión Arias

Tutora: Katherine Calero

Samborondón, Febrero de 2010

Índice

Capítulo I: INTRODUCCIÓN.....	5
1.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION.....	7
1.2. OBJETIVO GENERAL.....	7
1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	8
1.4. SITUACIÓN PRÁCTICA QUE SE PROPONE MEJORAR.....	8
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	9
1.6. IMPACTO SOCIAL DE LOS NOTICIARIOS.....	10
Capítulo II: LOS NOTICIARIOS EN EL ECUADOR.....	15
2.1. LLEGADA DE LA TELEVISIÓN AL ECUADOR.....	15
2.2. PRIMEROS NOTICIARIOS EN EL ECUADOR.....	16
2.3. CRONOLOGÍA.....	17
2.4 ÉPOCA DE ORO.....	18
2.5. LA INFLUENCIA DE NOTICIARIOS EXTRANJEROS EN ECUADOR.....	19
2.6. EVOLUCIÓN.....	19
2.7. ACTUALES PROPUESTAS.....	20

Capítulo III: JÓVENES GUAYAQUILEÑOS

3.1. SELECCIÓN Y DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	21
3.2. PERFIL DEL JOVEN GUAYAQUILEÑO.....	23
3.3. LA VOZ DE LOS JÓVENES.....	26
3.4. ESTUDIO ANTROPOLÓGICO.....	30

Capítulo IV: LA PROPUESTA

4.1. JUSTIFICACIÓN DEL NOMBRE.....	37
4.2. DESCRIPCIÓN.....	38
4.3. FORMATO.....	38
4.4. DESCRIPCIÓN DE SEGMENTOS.....	38
4.5. INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA.....	39

Capítulo V. VIABILIDAD DEL PROYECTO40

5.1. FOCUS GROUP DEL PROGRAMA “TAL CUAL LO CONTAMOS”.....	41
5.2. PRESENTADORS.....	41
5.2.1. REPORTEROS Y REPORTAJES.....	41

5.2.2. LÍNEA GRÁFICA.....	42
5.2.3. SOUNDTRACK.....	43
5.2.4. ESCENOGRAFÍA.....	43
5.2.5. TIROS DE CÁMARA.....	43
5.2.6. SECCIÓN QUE QUISIERAN AGREGAR O QUITAR.....	43
5.2.7. TIEMPO.....	44
6. BIBLIOGRAFIA.....	45
7. CONCLUSIONES.....	46
8. ANEXOS	
Anexo 1: Ficha Técnica	47
Anexo 2: Preferencias Televisivas.....	48
Anexo 3: Gráfico de Preferencias Televisivas.....	49

Capítulo I: Introducción

Estar frente al computador y tener conversaciones instantáneas a través del MSN, escuchar música en el Ipod, revisar fotos en facebook o hi5 y salir con los amigos, son alternativas que se les presenta de una manera más llamativa a los adolescentes entre los 15 y 17 años, y no así el enterarse de la realidad de su país, por medio de los noticiarios nacionales.

Frente a ésta problemática, se ha realizado una investigación exhaustiva con jóvenes de 15 a 17 años que cursan desde primero al tercer año de bachillerato y que pertenezcan a la clase media alta de Guayaquil, para analizar los factores que inciden en los estudiantes con sus preferencias.

Los noticiarios televisivos seleccionados para desarrollar el tema son: De Ecuavisa **Televistazo** con su horario estelar de 20h00 horas y Teleamazonas con su informativo **24 horas** a las 19h45 respectivamente. El contenido que ofrecen los noticiarios abarca temas nacionales e internacionales. En lo nacional están inmersos: seguridad, política, economía, salud, geopolítica y deportes; además de alguna nota local. Asimismo ofrecen noticias internacionales con temas llamativos o relevantes referentes a tecnología, política, guerras, acuerdos internacionales entre otros.

Hasta el momento se desconoce alguna propuesta televisiva de noticiarios para jóvenes, ya sea a través de cápsulas incluidas en algún noticiario y menos un espacio.

El estudio es de carácter eminentemente descriptivo, ya que su propósito es identificar las razones por la que los jóvenes colegiales no les llama la atención ver noticiarios; y a su vez, con los resultados que arrojen las encuestas que se harán durante la investigación, se propondrá un espacio de noticias que responda a dichos jóvenes.

En cuanto al diseño de la investigación, se ha decidido tomar el tipo experimental debido a una asignación aleatoria de los sujetos participantes en cada uno de los grupos.

La metodología para alcanzar el objetivo propuesto es a través de encuestas, grupos focales, entrevistas, etc. Evidenciando de esta manera qué prefieren los jóvenes al momento de enterarse de un hecho relevante, cómo quisieran que se los informen, en otras palabras, todos los por

menores para poder llegar a un resultado gratificante tanto para los canales televisivos como para la audiencia.

Con lo que concierne a los capítulos, en la primera parte de estos, se detalla lo que se consiguió de la investigación con medios concretos, medibles y viables. Se expone con argumentos las razones por las que se debe realizar este tema, su importancia y la trascendencia del mismo.

En el segundo capítulo se muestra a profundidad los antecedentes del tema, es decir cómo nace la televisión en el Ecuador, y en especial los noticiarios, evidenciar cómo era antes hacer noticias en nuestro país, de qué manera respondía a la audiencia de aquella época, sí eran exigentes o no los jóvenes de antaño.

La influencia de los informativos extranjeros en nuestro medio, y aquí hay que hacer hincapié en las tendencias que tiene la mayoría de canales, es decir, cuáles son los modelos de noticiarios extranjeros que se utilizan como referencia en nuestro país. Un punto también importante es la evolución de los noticiarios y las propuestas actuales.

En el tercer capítulo se exponen las características de los jóvenes; sus intereses, gustos, aficiones, las cosas que les desagradan o que no son tan llamativas para ellos, al momento de elegir ver un noticiario, toda esta información se ha obtenido por medio de encuestas, grupos focales y entrevistas.

También se cuenta con la opinión de una educadora, un sociólogo, una terapeuta familiar, un psicólogo y productores de televisión, los cuales a través de su testimonio enriquecen el tema con sus experiencias, anécdotas y explican desde su punto de vista el comportamiento positivo o negativo de los jóvenes hacia los noticiarios.

Desde luego que dichos expertos exponen las razones, del porqué hasta el momento no se ha creado un espacio pensado en los jóvenes o pueda ser el caso en que se pensó en un espacio pero no tuvo la aceptación que se esperaba y por ello lo sacaron del aire.

Con la información se busca ver cuál es la percepción del joven colegial hacia las noticias que se le presentan, la manera en que se la presentan y cómo se la presentan. Se analiza según los resultados, todos los puntos de vista que nos digan estos jóvenes.

Y por último, luego de conocer y entender los gustos de estos, se propone un espacio televisivo en el cual se presenten noticias contadas, editadas y

presentadas de una manera fresca y original respondiendo a todas las observaciones hechas por la audiencia.

1.1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

a. OBJETIVO GENERAL

- ✓ Identificar las razones por las cuales los jóvenes colegiales no les llama la atención ver los noticiarios, y proponer una forma atractiva y novedosa para atraer a este público objetivo.

b. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Mostrar los factores que han incidido para que los jóvenes no les atraiga los noticiarios.
- ✓ Consultar el punto de vista de los medios para esclarecer el por qué no han creado un espacio de noticias atractivo para los jóvenes.
- ✓ Señalar cuáles son las consecuencias sociales por el desconocimiento por parte de los jóvenes de lo que ocurre en el Ecuador y en el resto del mundo.

1.2. SITUACIÓN PRÁCTICA QUE SE PROPONE MEJORAR.

Actualmente la mayoría de los jóvenes colegiales optan por varias distracciones en sus ratos libres. Ante el hecho de ver noticias, prefieren salir con amigos o utilizar la variedad de opciones que se presentan en esta era tecnológica.

Se podría citar varios ejemplos para respaldar lo que se esta planteando uno de ellos, es que los jóvenes no son críticos ante las cosas que les ofrecen los medios de comunicación, como el cine, la radio, tv, etc. Se podría decir que hoy por hoy aceptan lo que el mundo les vende y no analizan lo que en el fondo quieren transmitir dichos medios.

Las conversaciones que tienen a menudo con sus amigos y compañeros no son de temas profundos, sino en algunos casos triviales, fruto de las cosas que consumen por medio de videojuegos y páginas de internet.

Esto ocurre porque quizás no estén leyendo o formándose en el hogar y en el colegio lo suficiente, para tener una visión más holística de las cosas. Por ende ante la opción de ver un noticiario quizás no les llama la atención, porque puede darse el caso que no les gusta la manera en que le presentan una noticia o el estilo rígido de los presentadores o la forma no tan creativa de contar una noticia.

Ante el planteamiento de varias opciones más atractivas para jóvenes ya sean a través de colores, canciones, figuras y modelos de otros programas, algunos jóvenes desisten de enterarse de la realidad nacional y optan por programas más atrayentes.

En esta situación es importante reestructurar las bases desde sus cimientos y en esto están involucrados los canales de televisión, las instituciones educativas y los padres de familia. Habría que analizar algunas variables, para que tengamos a jóvenes no tan interesados por enterarse del acontecimiento de los hechos que se suscitan en su país y en el mundo, aquí entra la cultura que se fomentó desde el hogar de igual manera va ligado con la educación que se imparte en las escuelas, colegios y universidades.

Y de una u otra manera los canales de televisión entran también en este grupo de responsables porque no se han visto propuestas que respondan a este público objetivo, como son los jóvenes, ya que viéndolo desde un punto de vista comercial los mismos hijos son aquellos que pueden llevar a los padres a consumir los productos que se promocionen en dichos espacios a través de estos programas y así cumplirían su objetivo de informar y obtener un rubro por proporcionar dicha información.

El tema propuesto es importante de solucionar por una sencilla razón; cultura, un pueblo que esta instruido es un pueblo que avanza. Los noticiarios ayudan a la personas a enriquecerse de manera integral porque se nutren de varios temas que acrecientan sus conocimientos, los cuales, pueden aplicarlos en un tema de conversación dependiendo del caso, o en algún artículo que el estudiante pueda escribir en el diario de su colegio etc. ya que el contenido que se informa en los noticiarios es de economía, política, salud, deportes, tecnología, entre otros.

Lo que se espera obtener a través de esta investigación es un cambio de apreciación por parte de los jóvenes con respecto a la visión que tienen de los noticiarios televisivos, es decir que los vean más cercanos a su realidad, más llamativos y novedosos. Para que de esta manera ellos puedan contribuir a que nuestro país crezca integralmente, teniendo una cultura de conocimiento sobre diversos temas que los llevarán a ser

personas analíticas, proactivas que aporten según su vocación en algún proyecto que ayude a su bienestar personal y a la nación.

Este tema concierne a los padres de familia para que se cuestionen la manera que están educando a sus hijos, de los cuales esperan que el día de mañana sean esos hombres y mujeres de bien.

Las instituciones educativas tendrían un llamado de atención para fortalecer la educación y no sólo inculcar el hábito de lectura, sino también el espíritu crítico al momento de ver algún contenido audiovisual.

Con el resultado de las encuestas, entrevistas y grupos focales, los noticiarios ante las críticas positivas las potencializarían pero en el caso de las críticas negativas las tomarían para proponer algo que requieran los jóvenes.

1.3. JUSTIFICACIÓN

Estar al tanto de la realidad nacional e internacional es de vital importancia. Es fundamental para el ser humano porque le permite descubrir otras realidades y culturas.

Esta investigación es necesaria para crear un hábito de cultura e identidad en nuestros jóvenes guayaquileños, y hasta cierto punto propone a los medios de comunicación, como la televisión, que es importante que se preocupen por atraer a este grupo objetivo.

Una de las sugerencias que se plantea a través de esta investigación es que las unidades educativas hagan alianzas estratégicas con los canales de televisión para que sus estudiantes envíen propuestas atractivas y a su vez los canales estudien dichas propuestas. Incluso de los mismos colegios se podrían escoger a los presentadores o creativos de dichos programas ya que estos son jóvenes, piensan como tal y saben que lenguaje utilizar para responder a este grupo objetivo.

Con los resultados que se obtengan de esta investigación se propone un nuevo formato de noticiario televisivo, que involucre al joven guayaquileño, al canal de televisión, a la familia y a la institución educativa.

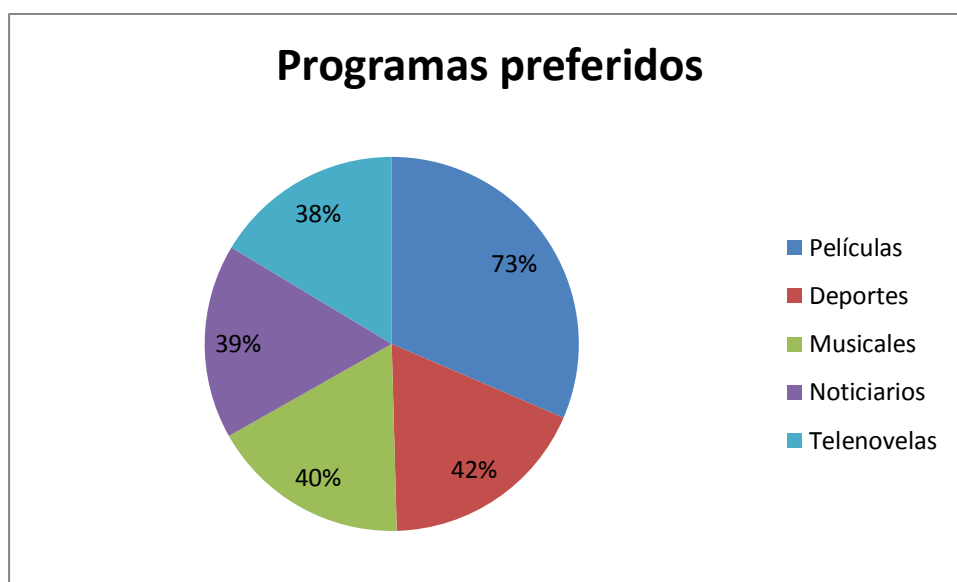
1.4. IMPACTO SOCIAL DE LOS NOTICIARIOS

La función principal de la televisión es ser un instrumento de relación social que penetra a millares de hogares y es recibida por cada miembro de la familia, proporcionando información y entretenimiento.

Hay que mencionar que la televisión se presenta como una distracción, una compañía, aún cuando puede convertirse en soporífero. Vivimos en una cultura raquítica y la televisión acústica visible, hipnotizante, tiene un poder para “encantar” y conducir al teleauditorio a nuevos senderos de la cultura universal. Garcia, C. (1984) *Noticias por televisión*

Una investigación que se hizo en Córdoba, Argentina con una muestra de 423 alumnos de colegios de 16 a 20 años evidencia los resultados a la actitud de los adolescentes frente a los medios de comunicación y específicamente a la televisión.

La misma hace un análisis de los programas preferidos y se estructuraron en distintos niveles, con un orden de mayor a menor elección, situándose en primer lugar las películas con un 73%, deportes con 42%, musicales el 40%; y los **noticiarios** con el 39% descendiendo paralelamente las telenovelas, con un 38% y en menores porcentajes aparecen documentales, entretenimiento, programas periodísticos, comedias, dibujos animados y series infantiles.



Estas cifras podrían ser muy similares a lo que está ocurriendo con los jóvenes ecuatorianos y sus preferencias en la televisión, en el capítulo tres se pueden ver los datos referentes a la realidad de nuestro país.

La educadora ecuatoriana Estela Benítez manifiesta que es muy probable que al escuchar la palabra noticia, los jóvenes la relacionen con algo negativo. A esto se une que las realidades familiares de los jóvenes son difíciles (familia deteriorada o disfuncional, hijos que viven solo con papá o mamá). Y ante ésta situación Benítez comenta que los pensamientos que se les viene a los jóvenes son: “Si ya tengo problemas en mi casa para qué me voy a enterar de malas noticias, prefiero salir con mis amigos, escuchar música o ver otras cosas que me distraigan”.

“Las instituciones educativas también son responsables de este mal” indica la Licenciada Estela Benítez, agrega que lo que se debería hacer para solucionar este problema es fomentar una cultura de lectura, de análisis y cita como ejemplo a la Fundación El Universo, que hace algún tiempo hizo una alianza con algunos centros educativos para enseñarles a los estudiantes el correcto uso de los diarios. Señala que si algunos canales de televisión hicieran eso, otra fuera la respuesta y perspectiva de la juventud hacia las noticias y por ende el conocer la realidad de nuestro país.

También planteó la posibilidad de que los medios dentro de su staff de trabajo como son los periodistas, editores, diseñadores, marketeros, tengan a sociólogos, antropólogos y a educadores para que juntos, analicen, el contenido que se emitirá al televidente y propongan algo valioso.

Con esta introducción, es necesario tener claro el concepto de lo que es un noticiario. Ante todo es un programa de televisión que debe ser realizado de manera atractiva, para que mantenga la expectativa y busque la sorpresa de los televidentes. Rincon, O. & Estrella, M. (2001). *Televisión pantalla e identidad*. Quito, El conejo

Otro factor importante a considerar es que la imagen en televisión es primordial, más que nada, porque debe haber estructuras audiovisuales para comunicar correctamente un mensaje a través de una noticia. Y para ello se debe utilizar un estilo comprensible, ágil y directo.

Dentro del tema también entra el hecho de que las noticias que se muestren por televisión deben estar escritas según las imágenes que se presenten, porque en varias ocasiones en los diferentes canales locales, los reporteros escriben en un estilo literario y las imágenes en ciertos casos no los acompañan. No repetir en texto lo que las imágenes en sí ya dicen.

Ahora, luego de esclarecer qué es un noticiario, hay que pasar al siguiente punto y ese es la noticia. Establecer una definición sobre lo que es la noticia no es algo sencillo, porque existen varias posturas, por ejemplo para Martínez Albertos en su libro *El concepto tradicional de la noticia* dice: “la noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que se ha recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión”.

En cambio para Miguel Rodrigo Alsina, autor del libro *La construcción de la noticia* manifiesta: “es una realidad compleja, diversa y cambiante” porque puede presentar varias versiones al existir dos o más partes involucradas que dan su versión de los hechos.

Y según los autores Estrella y Rincón, la noticia no es más que la última cosa que pasa en una cadena de eventos, el resultado de investigar ese nuevo estado del mundo, la construcción de una historia para un medio masivo. Antes que nada hay que partir de las características para seleccionar qué es una noticia, según los autores, y estas son:

Criterios para seleccionar las noticias	
Actualidad	El suceso más reciente en la agenda de temas de interés social.
Audiencia	Conocimiento de los televidentes para establecer sintonía con sus necesidades y expectativas
Impacto	Número de personas afectadas para un evento
Proximidad	Cercanía del evento con la audiencia, o establecer algún factor que acerque el hecho al televidente.
Prominencia	Los eventos que involucran a personas conocidas o realidades de gran trascendencia para las audiencias.
Lo extraordinario	Eventos fuera de lo común, extraordinarios, únicos, raros.

Conflicto	Estructura del drama que permite encontrar lo noticioso y lo narrativo por televisión.
Interés Humano	Historias que generan identificación por parte de la audiencia
Video Disponible	En televisión se cuenta por secuencias visuales. Si existen imágenes del hecho, evento o personaje es probable que la noticia tenga mayor atractivo.

Para nuestro objeto de estudio tomaremos cuatro de los nueve puntos que señalan los autores, ya que se consideró que están más apegados a la realidad de un noticiario para jóvenes sin desmerecer los otros puntos.

La **actualidad** televisiva no se concentra en el cuándo ocurrió, sino que en el cómo y dónde sucedió ya que el público acude a los noticiarios porque quiere ver lo últimos acontecimientos del día.

La **audiencia** requiere de una información útil para su vida cotidiana, por esta razón el público tiene interés, necesidad y expectativa de ser informado acerca de los temas, asuntos y personajes que más afectan a su devenir diario y su acción social.

Estrella y Rincón enfatizan que el **impacto** será mayor en cuanto afecte a la mayor cantidad de personas y esto se puede lograr desde una medida gubernamental, una catástrofe o una decisión de un organismo internacional.

Y por último la **prominencia** y este punto en particular, es uno de los puntos que se ha considerado más encarnado con los jóvenes porque a ellos les gusta estar al día de las personas conocidas, llámense éstas: presidente, las estrellas, los líderes religiosos, comunitarios, políticos etc.

La información debe ser creíble, bien estructurada con temas que llamen la atención del joven; es por eso que el proyecto periodístico tiene que filtrar los temas que se van a tratar, el estilo narrativo que imprime a sus notas, el tipo de televidente para el que se habla, los recursos periodísticos que se usa, las formas del análisis, la tendencia crítica, la opción del rating o el protagonismo y presencia del equipo del informativo.

La influencia de la cultura en el público permite que acepte o rechace determinada noticia. La preparación es la base para que las personas

elijan ver un noticiario y no los demás debido a que les gusta más el enfoque o manejo de la información que ese medio utiliza. Este punto es el que permite determinar el público de cada noticiario, es decir, esta dirigido a personas que desean conocer que está pasando a su entorno. Los medios también son influenciados por la cultura debido a que si descubren que el público al que dirigen su enfoque no les ofrece la respuesta que esperaban, deben hacer un estudio para dirigirse de una manera diferente con la que logren captar la sintonía propuesta.

Capítulo II: Los noticiarios en el Ecuador

2.1. LLEGADA DE LA TELEVISIÓN AL ECUADOR

La televisión en el Ecuador surge en la década de los cincuenta, cuando Linda Zambrano y su esposo Michell Rosembaum, encontraron la novedosa televisión en una Feria Internacional de Tecnología en Alemania.

Asombrados por el invento decidieron traerlo y darlo a conocer a pesar de los altos costos que representaba, además los accesorios como: cámaras, micrófonos, pedestales, antenas, y cables lo hacían más costoso, esto en el año 1959. Luego no fue hasta el 1 de junio de 1960 en donde se otorga permiso para operar la “Primera Televisión Ecuatoriana”, denominada de esta forma ya que no existía competencia alguna, esta tuvo su sede en Guayaquil en el Canal 4 que corresponde a RTS, Red Telesistema.

Desde ese tiempo fue cuando Rosembaum y Linda quienes junto a técnicos alemanes ponen a funcionar la televisión. Al principio se hacían transmisiones en circuito cerrado, siendo sus primeros colaboradores sus familiares más cercanos, tales como Vicente Bowen Centeno, sobrino de Linda Zambrano quien se convirtió en el primer camarógrafo del país. Luego de esto se hicieron esfuerzos para incorporar más equipamientos y más tecnología.

Fue en 1960 por el mes de Octubre que la televisión llega al puerto de Guayaquil tras un convenio con la Casa de la Cultura, Telesistema en ese entonces, actualmente Red Telesistema (RTS), obtiene el permiso para laborar y operar en el Ecuador.

La industria televisiva privada nace como un modelo anglo, siendo el estado dueño de las frecuencias, debido a que se reservaba el derecho de concederlas, y esta transmitía programas estatales de educación y salud. Fue en la década de los sesenta que marca en el país un notable desarrollo tecnológico – comunicacional, naciendo Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito y Telecentro Canal 10.

La televisión entró a formar parte de la impresionante red de comunicación del país junto con la prensa y la radio comenzando a cubrir todo el territorio nacional, actualmente se encuentran al aire más de 20 estaciones de televisión entre regionales y nacionales compitiendo con el mundo globalizado, a esto se suma la televisión por cable que suman más 160.000 suscriptores en todo el país.

Esta industria a lo largo de la historia se convierte en una de las más grandes fuentes de ingresos, rentables y seguras empresas del país, ya que las grandes cantidades de dinero que en ella mueve e invierte son inimaginables. Además tiene constante movimiento en el marketing mundial, constituyéndose en poder, influyendo en el destino de la Nación.

2.2. PRIMEROS NOTICIARIOS EN EL ECUADOR

Al hablar de los primeros noticiarios habría que remontarse a los años 60 con el primer canal en Ecuador. Telesistema (actualmente RTS) contaba con un informativo que iniciaba su espacio a las 7pm, la estructura era a base de fotos y recortes de periódicos. Por un lado una cámara ponchaba a un atril la foto que iba ser enfocada y por otro lado, una segunda cámara captaba al presentador.



Ecuavisa es otro de los canales que arrancó desde su creación con su informativo Televistazo, éste se inauguró el 1ero de marzo de 1967, a la cabeza de Alfonso Espinoza de los Monteros, Bernard Fougeres, y Fernando Artieda. Con el pasar del tiempo entraron algunos reporteros como Roberto Aspiazu y Gloria Gallardo.

Este noticiario se redactaba en la Revista Vistazo y al medio día se enviaban los libretos al Cerro del Carmen en las instalaciones de dicho canal. Posteriormente se instaló una sala de redacción pero los libretos se escribían fuera del mismo, cuando la ciudad aún era pequeña.

Según el primer camarógrafo del país, Vicente Bowen en la década del 60' todo era novedad, los lugares donde se transmitían los noticiarios eran Guayaquil, Babahoyo, Guaranda y también ciertos sectores aledaños. En ese tiempo Quito todavía no tenía señal, "porque curiosamente cuando se

hicieron las primeras pruebas para hacer televisión en el país, lo quiteños rechazaron dicha iniciativa”, afirma Bowen y en una de las plazas de Quito donde habían hecho las pruebas, la gente que frecuentaba ese parque, a los incursores de la tv le pusieron como sobrenombre los “telelocos”.

Sin embargo en la actualidad, algunos productores del medio televisivo señalan que el proceso de hacer noticiarios en aquella época era mucho más artesanal y largo para elaborar una nota. Paulo Ordoñez Productor de Teleamazonas piensa que a lo mejor estaba acorde al tiempo de cómo se presentaba una noticia, dice que “habían muchos pantallazos, reportes en vivo porque cómo no había tiempo ni las máquinas para procesar, se manejaban de esa manera”, concluye.

Además se puede observar en cintas antiguas que los presentadores eran mucho más formales, es decir guardaban mucho el respeto así mismo y al televidente “a diferencia de ahora”, recalca Bowen.

Ángel Sánchez Director Nacional de Noticias de Ecuavisa, alude que los noticiarios son y han nacido con la misma filosofía de contar las cosas que ocurren. Actualmente la diferencia la marca la tecnología, “ahora hay la capacidad de reproducir una guerra, por los satélites y de enterarse en cuestiones de segundo lo que está pasando”.

2.3. CRONOLOGÍA

Si hablamos de una cronología en los noticiarios, desde su creación hasta 1964 se mantuvo el sistema de trabajar con fotos y recortes de diarios en los que se enfocaban con una cámara las imágenes que graficarían las noticias y con otra cámara al presentador.

Incluso en este año ya se hacían libretos para ver dónde iba cada cosa. El presentador tenía que memorizar la noticia, al parecer, las personas estaban más atentas por la manera en que se las contaba.

La aparición de la mujer surge en 1963. Cuando Presley Norton administraba RTS, el noticiario se hacía a tres voces y en la sección de internacionales contaban con Mirella Fosatti, quién tocaba el piano en el set y leía las noticias o también cerraba con una poesía.

A partir de 1965 se incorporó el sistema de película de 8 milímetros, pero como el proceso de película era muy caro s actos muy importantes como la venida de algún presidente, la inauguración de alguna obra de importancia y matrimonios de gente pudiente.

Posteriormente en el año de 1966 los noticiarios comenzaron a mezclar fotos y recortes además se usaban películas en blanco y negro ya no de 8 sino de 16 milímetros en las que se trabajaba con un proceso más rápido. Cada cámara pesaba 100 libras.

2.4 ÉPOCA DE ORO

Fue la época en que se hicieron telenovelas en vivo, RTS fue el canal pionero. Todo se transmitía al momento: las cuñas, los noticiarios, las novelas. Los modelos de aquel entonces que salían en cuñas televisivas debían estar a la hora acordada y repetían el número de veces que había contratado el cliente por el espacio.

Con el pasar del tiempo los comerciales venían grabados en películas de 16 milímetros como la gelatina, las pastas pero los comerciales locales que tenían la disponibilidad para grabar y editar se hacían en vivo. Sí café por citar un caso.

En 1970 existían comerciales que se elaboraban en películas de 16mm, se los pasaba a video y se incluía el sonido.

En 1974 se implementó el sistema de edición. La sintonía aumentó debido a que a la demanda de televisores, también ayudó que aumentaran más programas. La época de oro de la televisión fue del 63' al 67', ya que hasta el 67' se hacía todo en vivo.

Los noticiarios evolucionaron a medida que se pudieron complementar las películas con fotos. El sistema de película ayudó mucho porque se veía la imagen, el movimiento pero no se escuchaba la voz. No había caracteres, simplemente se mencionaba los nombres.

En los 80's ya eran más modernos, los informativos contaban con generador de caracteres, imágenes editadas y se podía ver los acontecimientos que habían ocurrido en varias partes. Al comienzo se hacía las notas sin límites de tiempo, luego había un promedio de dos minutos para cada nota.

El tema de la publicidad era algo que se lo manejaba muy por encima en los noticiarios no había muchos anuncios, en aquel entonces los cortes comerciales eran mínimos. Los informativos duraban media hora, con tres cortes de cada diez minutos y tenían 2 o 3 auspiciantes.

El equipo de trabajo que se conformaba para armar un noticiario era el presentador y el camarógrafo. El presentador preparaba el material se encargaba de traer las fotos, los recortes de periódicos, los titulares y narra las noticias.

2.5. LA INFLUENCIA DE NOTICIARIOS EXTRANJEROS EN ECUADOR

Los productores de noticias de los canales de estudio coincidieron en que la influencia o escuela para Ecuador es CNN por su amplia cobertura, además de contar con corresponsales en casi todos los países del mundo. Manuel Ortega Productor de TC Noticias dice que CNN les ahorra el traslado a otras partes del planeta y les da la información que necesitan.

Paulo Ordoñez de Teleamazonas cuenta que la influencia de los medios extranjeros ha sido positiva en la parte tecnológica, en la manera de cómo se producen las noticias.

Al hablar de la experiencia de Ecuavisa, Ángel Sánchez comenta que han tomado un poco de todo. “Nos gustó en una época la escenografía de un noticiario que salía por TELEMUNDO y así hicimos nuestro set de noticias. De CNN nos gusta la capacidad de redacción, la velocidad con que CARACOL noticias se mueve. Nos gusta la seriedad la sobriedad con que la televisión europea sabe manejar sus temas, la forma de investigar” etc. Agrega que Ecuavisa ha aplicado una nueva manera de hacer noticias a través del **Bench Marketing**. “Vemos lo demás le ponemos nuestro estilo y sabemos a qué público queremos llegar”.

2.6. EVOLUCIÓN

Al hablar de evolución quién mejor que el primer camarógrafo ecuatoriano para que nos cuente la evolución de los noticiarios en el país. Vicente Bowen afirma que la evolución ha sido muchísima desde el hecho de haber comenzado con fotos, recortes de periódicos a lo que son actualmente los noticiarios, se puede graficar, editar una noticia y enlazarse con diferentes lugares del país y fuera del mismo.

Bowen hace referencia al costo de producción en Ecuador “Aquí si se hacen 2 o 3 enlaces cuesta bastante dinero”, ahora los satélites facilitan el trabajo a los canales ya que cuentan con su propio satélite que les proporciona la información al momento.

Antes se hacía este proceso mediante una empresa de telecomunicaciones, quienes bajaban la señal a la hora solicitada.

Con respecto a la tecnología en cámaras, actualmente vienen con tarjetas de video que mejoran la proyección ya que no se pierde calidad en transferir de un cassette a la computadora. Ahora con esta nueva opción la tarjeta entra directamente a un sistema de cómputo, se edita en el mismo sistema y por red sale al aire, favoreciendo a los noticiarios.

Haciendo un análisis entre los diferentes noticiarios en Suramérica, Ecuador se encuentra en un mismo nivel que Colombia en lo que a calidad y en forma de presentar la noticia se refiere, aclaran los directivos de los canales del cerro. “A lo mejor Colombia está un poco más alto por presupuesto porque se ve mucho mejor en tecnología” acota Ordoñez.

Los noticieros peruanos están mucho más abajo que Ecuador, Venezuela no está en su mejor momento en producción de noticiarios. Chile, en cambio, tiene un buen nivel, comenta Sánchez.

Ordoñez agrega que Argentina puede ser una potencia en fútbol pero noticias no está al nivel de los demás medios.

2.7. ACTUALES PROPUESTAS

La televisión en el Ecuador crece a ritmo vertiginoso, manteniendo la lucidez y capacidad de ofrecer al público: entretenimiento, información con credibilidad, veracidad y educación.

Como muestra de ello, Ecuavisa pensó en un noticiero matutino para la comunidad ya que contaba con un espacio de noticias en el que se habla de política y economía, y querían darle otro tinte a la noticia a nivel local: “En el que tratamos de cumplir y llenar los vacíos de los noticieros nacionales”, enfatiza Sánchez.

En los espacios locales se muestran acontecimientos a nivel de localidad ya sean problemas o temas positivos. Y por ser un espacio matutino les permite ser coloquiales.

Carlos Armanza, Director de Noticias de TC, expone que son positivas las actuales propuestas con tal de que cambie la forma y no el fondo. Con respecto a la vestimenta indica que están más acordes a la realidad, recalca que la vestimenta es importante pero no imprescindible. “Yo creo que la tendencia va cambiando porque los formatos van cambiando, tú verás que los contenidos de los noticiarios son iguales, los noticieros son casi iguales lo que cambia es la forma” finaliza.

Capítulo III: Jóvenes guayaquileños

3.1. SELECCIÓN Y DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

Población:

Como población se ha considerado a los estudiantes de primero a tercer año de bachillerato pertenecientes a la clase media alta de Guayaquil. Considerados como colegios clase "A" según la Dirección provincial de educación del Guayas.

Muestra:

Para este trabajo de investigación se tomará una muestra calculada a través de la siguiente fórmula que considera un universo inferior a 100000, conocido como poblaciones finitas:

$$n = \frac{\delta^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + (\delta^2 * p * q)}$$

Debido a que no se cuenta con datos referentes a la media y desviación estándar de la población, se considera una fórmula que toma en cuenta las proporciones (p y q) con un valor de 0.5 cada una, p significa éxito y q es fracaso. La variable E es el error tolerable máximo que se considera del 5% (o su equivalente de 0.05) y K es el número de desviaciones que es de 1.96 en este caso, que significa que hay un 95.5% de nivel de confianza.

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

$p = 0.5$

$q = 0.5$

$E = 0.05$

$\delta = 1.96$

$$n = \frac{\delta^2 * p * q * N}{E^2 * (N - 1) + (\delta^2 * p * q)}$$

n = es decir 350 personas

La muestra será de 350 personas que representan al total de la población a los estudiantes de primero a tercer año de bachillerato pertenecientes a la clase media alta de Guayaquil. Considerados como colegios clase “A” según la Dirección provincial de educación del Guayas. A este valor se agregará un 20% más de datos, debido a que los controles que tienen que llevarse a cabo respecto a digitación, limpieza de los datos, etc., siempre hay información que pierde o se desecha; razón por la cual la muestra a utilizar será de **400 personas aproximadamente**.

3.2. PERFIL DEL JOVEN GUAYAQUILEÑO

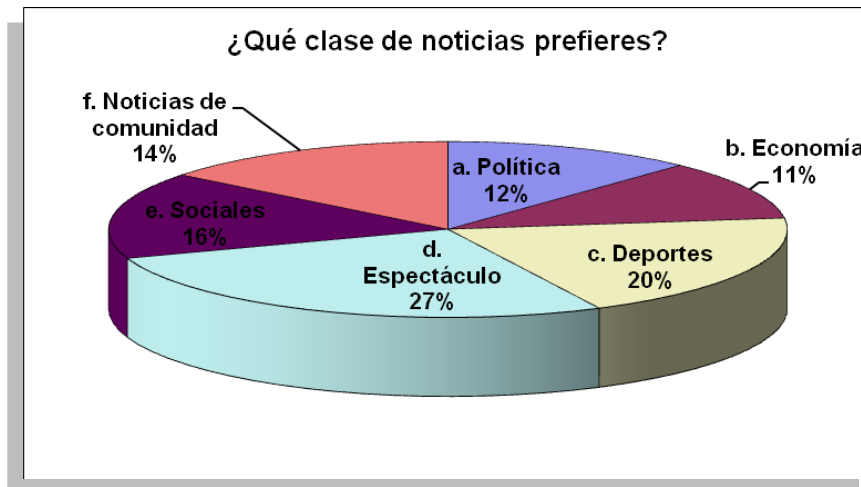
A través de 400 encuestas realizadas a algunos jóvenes que cursan desde el primer hasta el tercer año de bachillerato, se pudo conocer la riqueza y diversidad de criterios acerca del tema planteado “**Noticiarios televisivos frente al interés de los jóvenes colegiales**”, por medio de varias preguntas que hicieron interesantes los datos tabulados.

Al joven guayaquileño, antes que nada, le gusta divertirse; ser muy ameno. No le gusta que le cuenten malas noticias, le agrada compartir con sus amigos en diferentes instancias como salidas al cine, a través de la internet con páginas como Messenger, Skype que es otra opción que permite la internet ya que además de ver a la persona puedes escucharla y conversar cual llamada telefónica.

Si de noticiarios se les habla los miran de vez en cuando y cuando tienen tiempo ya que algunos señalan que no les gusta ver estos espacios porque les dan malas noticias y algunos comentaban que suficientes problemas tienen en sus casas como para ver malas noticias por la televisión, por ello la opción de ver programas de entretenimiento o comedia para de una u otra manera distraer su mente y divertirse.

El horario preferido para ver dichos noticiarios es en la noche luego de haber tenido su jornada, después de haber ido al colegio, haber hecho las tareas y descansar un poco según comentaban.

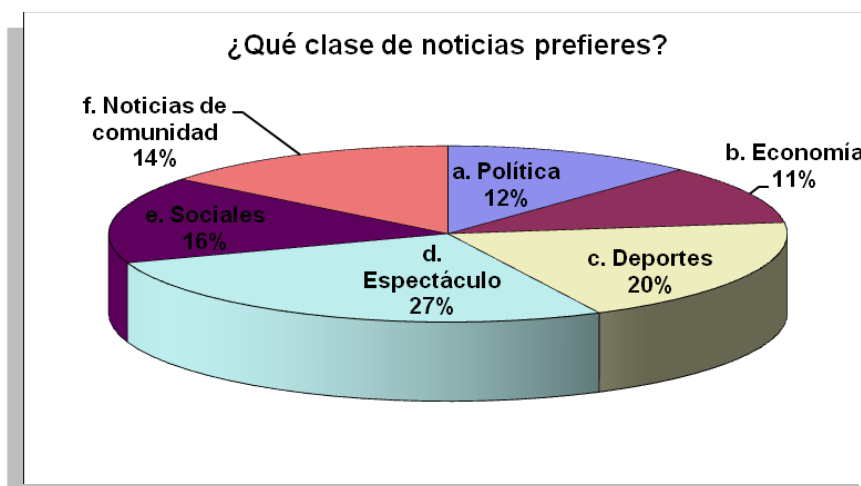
Con respecto a sus preferencias al momento de ver noticias un 27% de los encuestados optó por el segmento de espectáculo de los noticiarios ya que para Krystel Villa estudiante del Femenino Espíritu Santo, estar enterada de las cosas de los cantantes o famosos es importante según ella “porque me gusta saber todas las noticias inc de los famosos” concluye.



15/10/09

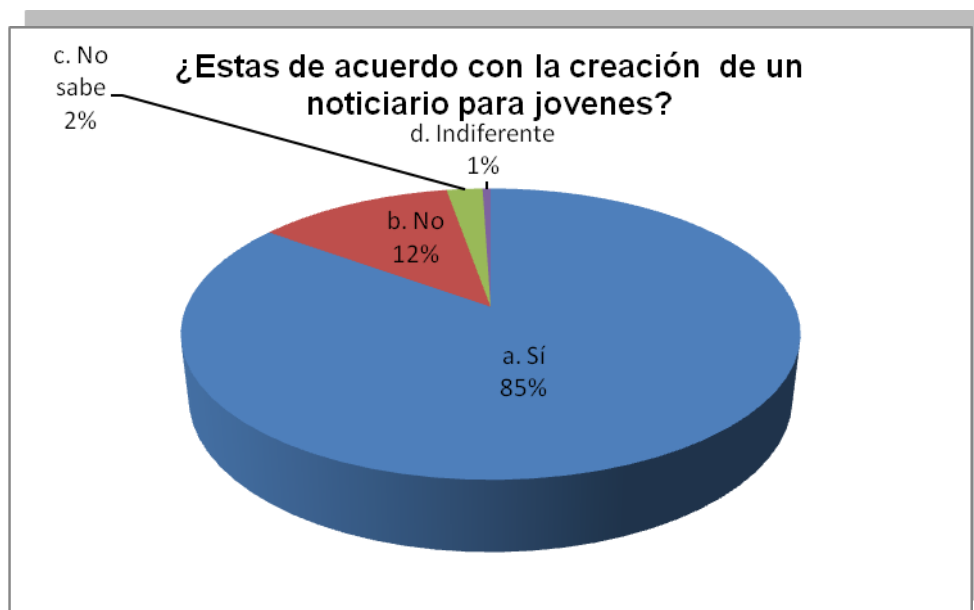
Para Daniel Ulloa del Cristóbal Colon comenta que las noticias de políticas le interesan para saber la realidad del país, “lo que a veces no me gusta es que algunos políticos se pasan peleando” en cambio para Luis Torres la sección de deportes es infaltable para su vida confiesa, “estar enterado de la liguilla nacional e internacional para mi es lo máximo, porque así aprendo jugadas nuevas porque me gusta el fútbol”.

Según los resultados de las encuestas realizadas a los jóvenes guayaquileños en un 12% les interesa ver noticias de política, mientras que en un 20% elige el espacio deportivo.



15/10/09

Al referirse al tema de la vestimenta que utilizan los presentadores y el estilo que emplean para contar las noticias, la mayoría de los encuestados están de acuerdo como se proyectan, pero al preguntar ¿si les gustaría que se creé un noticiario para jóvenes? un 85% de los encuestados contestó que está de acuerdo.



15/10/09

Al preguntarles sobre las características de un espacio de noticias para jóvenes dijeron:

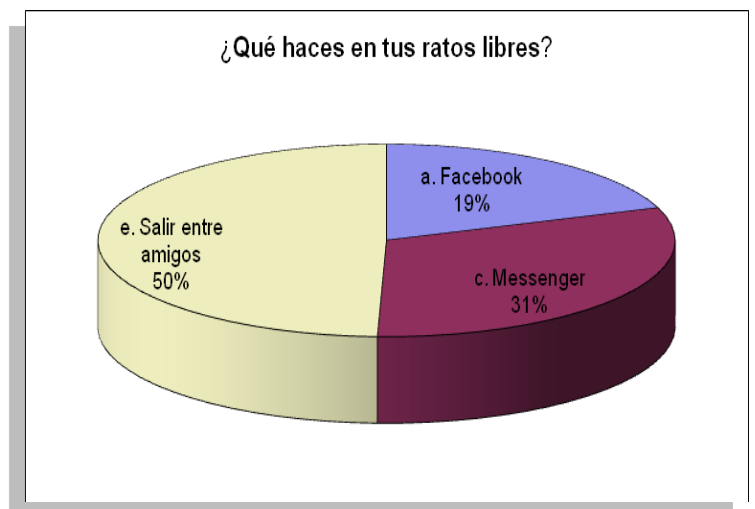
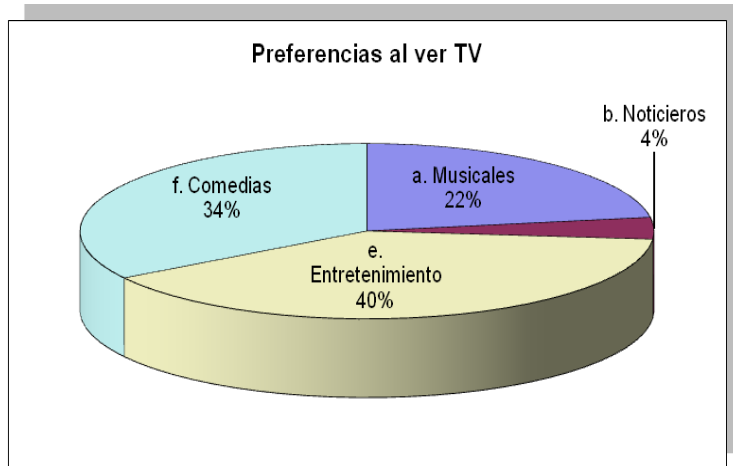
“Presentadores jóvenes, entrevistas intrépidas y noticias que concienticen deberían crear segmentos en los cuales los jóvenes nos demos cuenta que somos el presente y el futuro ya que deberíamos ser participes del diario vivir”

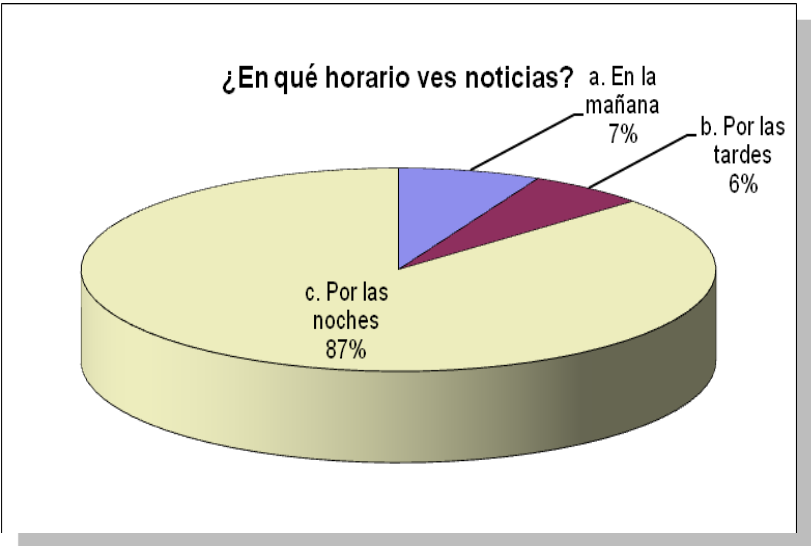
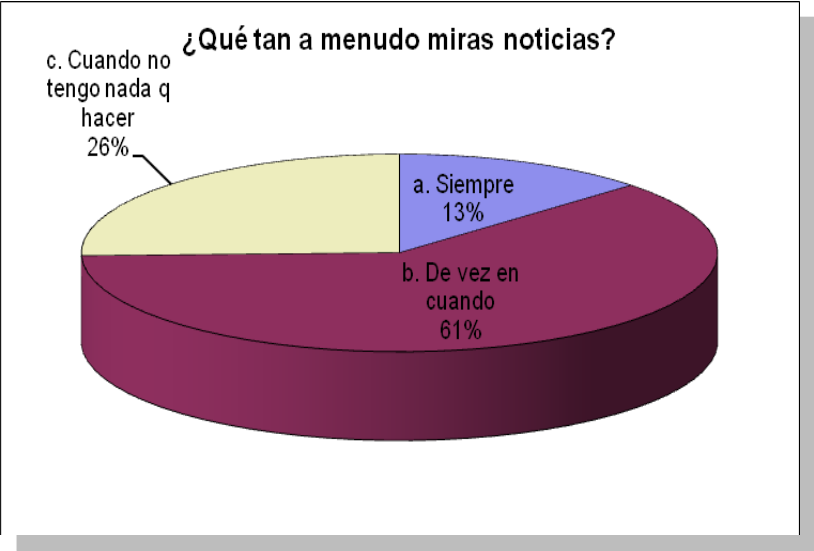
“Que sea con gente joven y hagan debates, también muy colorido y que se les den la oportunidad a los jóvenes de dar su opinión”

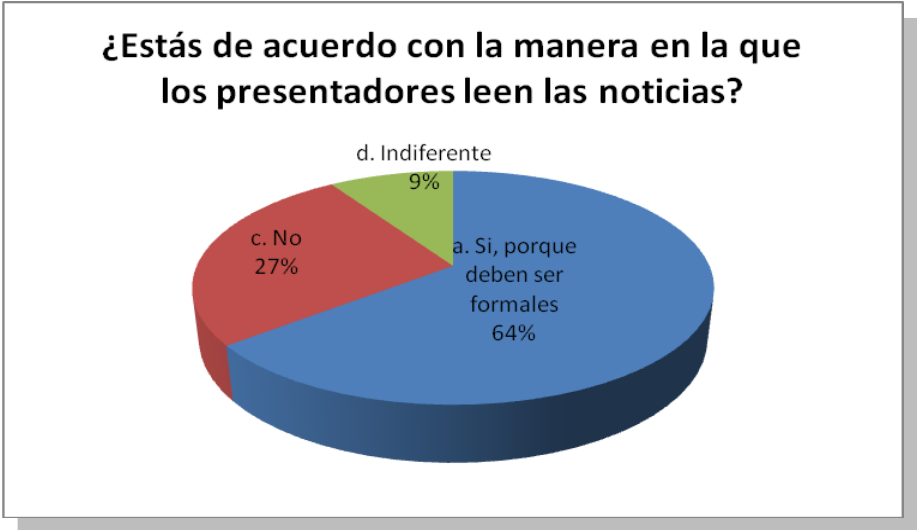
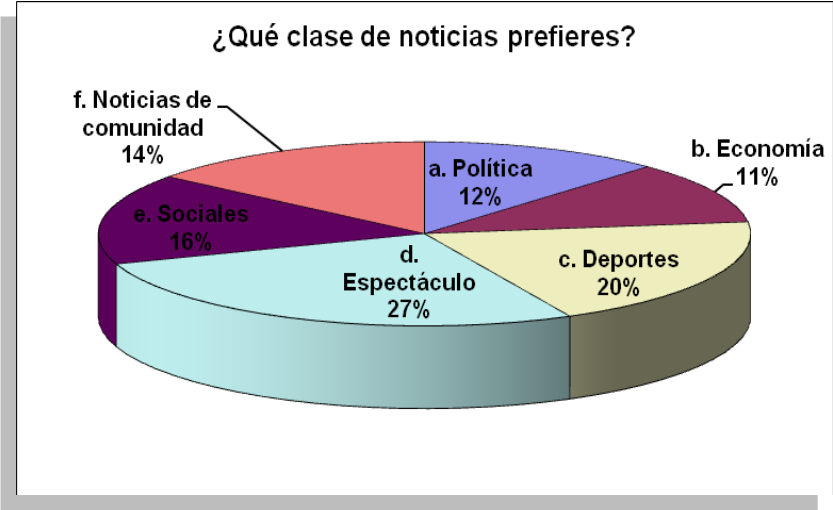
“Un noticiero en la tarde donde demos a conocer nuestros derechos, nuestros puntos de vista, pero con diversión”

“Que expliquen y hablen sobre las reacciones que tiene la adolescencia dentro de la sociedad y sobre lo que pasa cuando no se sabe lo suficiente, para así no equivocarnos”

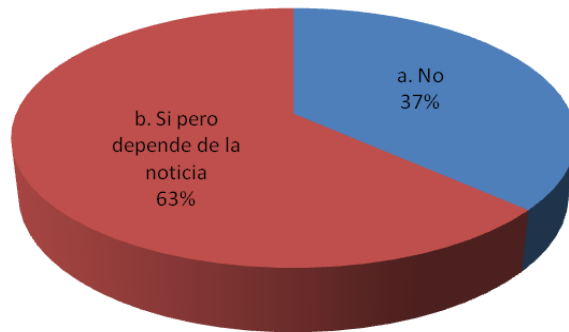
3.3. LA VOZ DE LOS JÓVENES



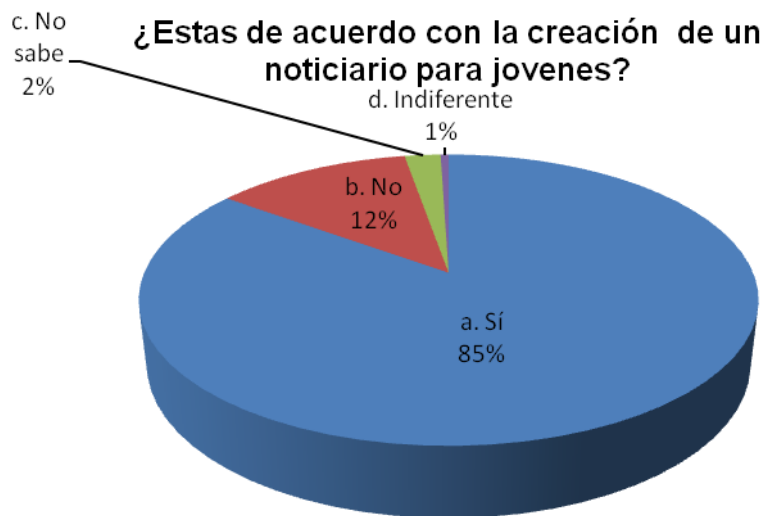




¿Te gustaría que la vestimenta no sea formal?



¿Estas de acuerdo con la creación de un noticiero para jóvenes?





3.4. ESTUDIO ANTROPOLÓGICO

Para poder entender y comprender el comportamiento actitudinal, social y psicológico de los jóvenes entre los 15 y 17 años, acudimos a profesionales del área antropológica: una terapeuta familiar, una psicóloga clínica y un sociólogo.

1.) ¿Por qué los jóvenes al momento de ver televisión optan por las series cómicas y de entretenimiento?

Psicóloga Alexandra Lozano	Terapeuta Familiar Dr. Maritza Izquierdo	Sociólogo Eduardo Roldós
Podemos decir que hay varios argumentos que nos llevan a esta conclusión: ✓ Dentro del	Los adolescentes están en una etapa de la vida en la cual son capaces de ver la realidad tal cual y esta no siempre resulta de	Porque el lenguaje usado por los noticieros y demás programas educativos no es el lengua de la culturas juveniles

<p>ámbito familiar y social, en muchas ocasiones, no se promueve la formación en temas de distinta índole (política, económica, científica, social, cultural) que permita que los jóvenes tengan otro tipo de intereses y aficiones.</p> <p>✓ La cultura light que incentiva la irreflexión, la superficialidad, el limitado cuestionamiento que se logra también a través de lecturas adecuadas, diálogos interesantes, acceso a programas educativos.</p> <p>✓ La tendencia de los jóvenes a “hacer lo que hacen los demás”. Sus amigos hacen eso pues ellos lo repiten sin ningún tipo de discernimiento.</p>	<p>su completo agrado.</p> <p>Además en esta etapa normalmente sienten ansiedad por los cambios físicos, psíquicos y emocionales, el entretenimiento les permite sacar mediante la risa, la ansiedad y olvidar por el momento lo agobiante que puede ser la realidad.</p>	<p>locales</p>
--	---	----------------

<p>✓ La etapa de desarrollo en la que están que los lleva a buscar diversión, entretenimiento, dinamismo, recreación, que por no tener alternativas se puede reducir a este tipo de medio.</p>		
--	--	--

2.) ¿A qué se debe que los jóvenes en sus ratos libres prefieran salir entre amigos y/o estar en el msn?

Psicóloga	Terapeuta Familiar	Sociólogo
<p>Porque en esta etapa de desarrollo, hay una tendencia a buscar compartir, socializar, identificarse con los grupos de amigos, buscar aceptación, identidad, sentido de pertenencia.</p> <p>Por eso se buscan este tipo de instancias. En el caso del msn, pueden influir otro tipo de factores, como puede ser una actitud</p>	<p>Los jóvenes adolescentes prefieren salir con amigos antes que estar en el MSN porque están respondiendo a una necesidad propia de su edad, que es la de formar y pertenecer a un grupo, lo cual es importante ya que le ayuda a fortalecer su identidad.</p>	<p>A la necesidad de socialización de los jóvenes, las familias de hoy en día no son extendidas.</p>

<p>de aislamiento o temor en el joven que genera que sólo pueda comunicar sus emociones a través de este medio impersonal, en el caso de aquellos que se esconden o que evaden situaciones que implican un contacto social directo.</p> <p>En otros casos la falta de responsabilidad en las tareas escolares o la falta de supervisión de los padres puede llevar a desaprovechar el tiempo permaneciendo largo rato en esta actividad.</p>		
--	--	--

3.) ¿Por qué los jóvenes prefieren ver noticias de vez en cuando?

Psicóloga	Terapeuta Familiar	Sociólogo
<p>Pueden existir diversos motivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • En sus hogares no se ha cultivado el interés por conocer qué pasa en el mundo y en el país. • Se ha creado en el mismo hogar la 	<p>En la adolescencia el interés de los jóvenes se centra en si mismo, en sus cambios, sean estos externos: su físico, ropas, aspecto, ect; en sus emociones: ira, dolor, placer, angustia, en sus relaciones: con sus amigos, amigas;</p>	<p>Porque el lenguaje usado por los noticieros y demás programas educativos no es el lenguaje de la culturas juveniles locales.</p> <p>Los programas de noticias o educación</p>

<p>idea de “solo se ven tragedias”, y por lo tanto se ha generado una especie de aversión y rechazo ante las noticias.</p>	<p>en como ser aceptado; porque es rechazado.</p> <p>De allí que prefieren las actividades y programas que les proporcionen una información sobre estos temas que no cubren los noticiarios.</p>	<p>no están conducidos por adultos jóvenes o no usan palabras de fácil acceso para el joven normal, ni siquiera están diseñados para gustar al joven, ni siquiera programas informales como “La televisión” de Ehlers, “Día a día” o los pocos otros que hay.</p> <p>Tan poco les dan a los jóvenes soluciones a sus problemas diarios como por ejemplo encontrar trabajo o donde divertirse y esto no solo es para los jóvenes. En general la Tv ecuatoriana no tiene casi nada de creatividad.</p>
--	--	--

<p>4.) En las encuestas realizadas a 400 colegiales, obtuvieron los puntajes más altos en orden de mayor a menor, entretenimiento, sociales y política ¿a qué se debe esto?</p>		
<p>Psicóloga</p> <p>Hay otras motivaciones, de tipo recreativo especialmente por parte de los jóvenes. No tienen tiempo</p>	<p>Terapeuta Familiar</p> <p>Su encuesta demuestra la preferencia de los jóvenes y ésta responde a sus necesidades</p>	<p>Sociólogo</p> <p>No se presenta un programa que responda a las necesidades de los jóvenes.</p>

<p>dentro de toda la serie de actividades que tienen por hacer, en la que tampoco le dan prioridad.</p>	<p>emocionales que son las de bajar su tensión interna, socializar, afianzar su personalidad, formar y fortalecer sus ideas; encontrar su lugar en el mundo, todos estos propios de su edad.</p>	<p>Es alarmante que los programas de chismes de farándula tengan un rating más alto que programas de contenido formal, pero es un reflejo de nuestra cultura, el "GOSSIP" es una práctica humana mundial, que viene de todas las épocas, le ocasiona entretenimiento y distensión en todos los estratos sociales y todas las edades.</p>
---	--	--

5.) ¿Cómo cree que reaccionarían los jóvenes ante una propuesta de noticiario televisivo?

Psicóloga	Terapeuta Familiar	Sociólogo
<p>Dependiendo de la propuesta, si es dinámica, llamativa, con características de vitalidad, frescura, espontaneidad, chispa, jovialidad, cercanía, es posible que despierte su interés.</p> <p>De hecho, hay muchos jóvenes que sí se cuestionan ante lo que sucede en el mundo, que sí logran tener una actitud reflexiva y crítica. Por lo tanto, sí</p>	<p>Pienso que reaccionarían positivamente, y lo verían por la curiosidad y novedad, pero para que continúen viéndolo tendría que estar enfocado a satisfacer sus necesidades en los diferentes ámbitos información, entretenimiento, social ect.</p>	<p>Depende el lenguaje que se use y el formato</p> <p>Tiene mucha posibilidad de éxito, programas deportivos para los jóvenes o de educación en lo que ha ellos le interesa, programas de música, modelaje, deportes, teatro, defensa personal, artes plásticas o danza tiene mucha posibilidad de éxito, un noticiario</p>

<p>tendría un efecto positivo en la juventud una propuesta de este tipo.</p>		<p>cultural es mucho mas viable</p> <p>El problema crucial aquí no es tanto el consumidor del noticiero sino el auspiciador, como ex trabajador de la tv ecuatoriana (por 8 años) sé que nadie quiere invertir en un programa hasta que logre posicionarse, entonces este papel le toca al estado.</p>
--	--	--

Capítulo IV: La propuesta

Programa de Televisión “Tal cual lo contamos”

4.1. JUSTIFICACIÓN DEL NOMBRE

Se pensó en este nombre porque a los jóvenes les gusta que le hablen en un lenguaje cercano y que le digan las cosas directa y abiertamente.

Por ello el nombre TAL CUAL LO CONTAMOS ya que se hablará de diferentes temas y se mostrarán noticias contadas de una manera práctica, con criterio y creativa.

Misión: llegar al joven guayaquileño con información verás y comprobada que lo invite a ser participe del acontecer diario y no un espectador.

Visión: nos proyectamos como el mejor noticiario que ha tenido el Ecuador en su trayectoria de la televisión, informando y entreteniendo a nuestro público objetivo.

Target: jóvenes de 15 a 21 años de clase media alta

4.2. DESCRIPCIÓN

Es un formato de noticiario enfocado a jóvenes colegiales, donde ellos se enterarán de los acontecimientos que susciten en el país, con lo que respecta a economía, política y deportes. Además de mostrar temas que cuestionen, entretengan e interesen a los jóvenes.

4.3. FORMATO

- Espacio de 1 hora
- Dividido en 3 bloques de 15 minutos
- Una vez por semana
- Dos conductores: hombre y mujer
- Segmentos:
- Horario vespertino: 18h00 a 19h00 horas

Noticias Nacionales (Fijo)

- Deportes (resumen de partidos de fútbol internacionales que tengan la participación de ecuatorianos)
- Economía
- Política

Desarrollo Humano (Fijo)

- Educación Sexual
- Consejos (relaciones afectivas, enamoradas)
- Cocina

Emprendedores / Orientación profesional (Fijo)

- Internacionales
- Nacionales

Espectáculo (Transitorio)

- Entrevistas
- Conciertos

Tecnología (Transitorio)

- Cosas novedosas
- Páginas que puedas visitar

4.4. DESCRIPCIÓN DE SEGMENTOS

Noticias.- es el segmento más importante del programa ya que abordará temas de interés nacional para los jóvenes, donde, de una u otra manera los involucre en dichas noticias y ellos puedan tener una participación activa con su opinión o protagonismo.

En éste se tratarán de preferencia noticias relacionadas a deportes, política y economía.

Desarrollo Humano.- a través del mismo se busca dar soluciones viables, medibles y cercanas para hacer más fácil la vida del joven por medio de los diferentes temas como: educación Sexual, consejos y cocina.

Emprendedores: Muestra los perfiles de personas que por su perseverancia, empeño y talento han llegado lejos, a nivel nacional e internacional ya sea por sus empresas o triunfos personales.

Orientación Profesional: da a conocer la diversidad y utilidad de carreras nuevas que surgen en la actualidad.

Espectáculo: brinda los diferentes temas y posibilidades que les pueden interesar a los jóvenes en el mundo del espectáculo.

Tecnología: informa acerca de lo último en el mundo tecnológico y como pueden utilizarlo en su vida diaria.

4.5. INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA

Virtual

El programa será reproducido vía internet donde los televidentes tendrán la oportunidad de opinar acerca de los temas que se traten en el programa.

Física

En algunas ocasiones se visitará a los colegios para que opinen acerca de alguna noticia o temática que se presente en el programa.

Presentadores:

Wladimir Carrión A.

Mishell Hurtado M.

Capítulo V: Viabilidad del proyecto

Luego de haber comentado acerca de esta propuesta en algunos canales de televisión, el más interesado en dicho proyecto fue Ecuavisa, se pudo contar con la opinión de la Gerente de programación. A continuación se mostrará la entrevista vía telefónica, transcrita para una mejor apreciación.

Karina Medina **Gerente de Programación ECUAVISA**

Nosotros apuntamos a las audiencias del futuro, cualquier proyecto que tengan en mente yo lo quisiera ver analizar con el equipo de programación, con muchísimo gusto todas las propuestas son bienvenidas. Necesito ver cual es la estructura del producto, el fondo y la forma del producto y en base a eso nosotros hacemos una evaluación y tomamos una decisión,

¿Ecuavisa tiene descartado el tema?

K: no para nada, nuestras estructuras de programación han cambiado si te habrás dado cuenta no solo a los jóvenes sino a sus mismas familias, entonces el joven y el niño es una parte fundamental de la familia porque es el que hace que la familia se siente junta a ver televisión, por eso, hay muchos productos que nosotros los orientamos y que tal vez no son un programa de debate un programa de discusión, **por ejemplo** en el programa del Dr. Albuja se habla de la sexualidad en los jóvenes, en varios capítulos se ha tratado se ha hecho un especial, tenemos una novela que se llama **NIÑOS RICOS, POBRES PADRES** que estamos a futuro planeando unos especiales para orientación de padres y de hijos, siempre hemos pensado tener un programa que sirva para enseñarte. Entonces yo no descarto pero obviamente antes de.... Lo tengo q ver, no en papel sino en video, necesito ver el video porque obviamente no es lo mismo.

5.1. FOCUS GROUP DEL PROGRAMA “TAL CUAL LO CONTAMOS”

A los dos días del mes de febrero del 2010 se realizó el Focus Group del programa “Tal cual lo contamos” con la finalidad de evaluar su contenido, calidad y presentación de este informativo juvenil. Además de recoger todos los puntos de vista de los jóvenes para ver si aceptaban dicha propuesta o no, y a la vez conocer temas adicionales que se podrían tratar en el noticiario.

Este Focus se realizó en el estudio de televisión de la Universidad Espíritu Santo con un grupo de 10 jóvenes (15 a 17 años); tres mujeres y siete hombres,

Al hacer la primera pregunta que refería en que sí les había gustado la presentación del programa, todos estuvieron a gusto en lo que respecta a manera de hablar de los presentadores, la musicalización, los colores, los diálogos que se manejaron en la conducción y reportajes. A pesar de ser un programa piloto (de prueba), estos jóvenes quedaron con ganas de saber más y eso es algo positivo que agregar al proyecto ya que se veía que cumplía con las expectativas y gustos de ellos.

A continuación se desglosará los tópicos tratados y sus respectivas apreciaciones:

5.2. PRESENTADORES

Partiendo de la premisa que los conductores son la imagen y a la vez aquellos que captarán la atención del televidente, Daniela Yturralde una de las chicas comentó que le gustó la manera de presentar de los animadores “eran bastante compatibles eso genera una dinámica chévere en el programa”.

Jorge Castro en cambio manifestó “Ah Wladimir lo noté natural, bien, pero a la chica como si en un momento estaba fingiendo”

Kevin Cascante dijo que se los veía naturales y que le llamaba bastante la atención “porque es cómo que estuvieran conversando”.

5.2.1. REPORTEROS Y REPORTAJES

Algunos llegaron a la conclusión que la mayoría de los reporteros se manejaban con profesionalismo y seriedad a excepción de Luis Zambrano, reportero que será el encargado de visitar a los colegiales y recoger sus opiniones según el tema de noticias planteado, sobre él Martín Erazo dijo: “a mí me pareció algo divertido no esquematizado”

“A mi me gustó porque me pareció un chico relajado, divertido que sabía bastante del tema de las universidades” Paulina Jaramillo. De su lado, Pierre Carrión agregó que a más de las bromas que hacía durante el reportaje de una manera atractiva, no dejaba de informar a la audiencia.

Cuando se preguntó acerca del lenguaje expuesto, todos llegaron a la conclusión que el lenguaje utilizado fue sencillo, sin palabras complicadas que pudieron comprender.

Dentro de la propuesta del programa piloto se pensó en la parte de post-producción y uno de los recursos utilizados fue el poner claquetas/ tercios animados que expliquen ciertas palabras no comunes, para que el público objetivo se ilustre de una manera dinámica y llamativa.

Ante esta propuesta Anthony Terán comentó que le parecía muy buena porque aparte del comentario que estén haciendo los presentadores acerca de la nota, la claqueta puede ayudar para entender mejor del tema que se esta hablando.

Al hablar de los reportajes Daniela expresó que le gustó que les contaran las noticias de una manera divertida: “ya que a los jóvenes no nos gusta ver noticias, ni leer el diario”.

Con respecto a la forma de los reportajes Kevin indicó: “me gustaría que las notas no se las haga con fotos sino con videos, como en la de los celulares para que sea más llamativa”.

Y lo que tiene que ver con los temas escogidos, fueron aceptados en su totalidad: “yo llego a mi casa y me meto a buscar la nota de los celulares, con el del astronauta y con el de las universidades me quedé conforme” agregó Pierre.

.El vestuario muy bien elegido según el criterio del grupo ya que al tratar de un programa juvenil, los presentadores vestían como tal.

5.2.2. LÍNEA GRÁFICA

Dentro de la línea gráfica se pensaron en colores como: amarillo, azul oscuro, blanco y fucsia para que sean los tonos que representen al programa en el logo y ello gustó mucho junto con la animación que se hizo con el logo. A la mayoría les impacto el amarillo.

Hubo un detalle en particular con las letras. Para romper con los esquemas habituales, se decidió poner todos los nombres de personas o lugares en minúscula y así llamar la atención del joven guayaquileño. Sin embargo uno de los jóvenes presentes, Juan Sebastián Pérez, sugirió que debe respetarse la ortografía.

5.2.3. SOUNDTRACK

Isaac Camacho recalcó que la música que estaba en la animación con el logo debe tener un sonido más impactante.

5.2.4. ESCENOGRAFÍA

En el piloto no se dio tanta prioridad en la escenografía sin desmerecer el grado de relevancia que tiene ya que se grabó en una discoteca de Guayaquil que se asemeja un poco a lo que será la escenografía ya diseñada digitalmente.

Por ello a Vanessa Burbano le hubiera gustado una escenografía que impacte más, como Zapping Zone, un programa de Disney Channel que contiene juegos interactivos, premios, cápsulas informativas, personajes, música y entrevistas con famosos y a la vez tienen una escenografía muy colorida con formas asimétricas, vanguardistas pero juveniles. “Eso me impacta, me gusta ver una escenografía para estar atenta, no solo ver las persona”. Esta opinión que se tendrá en cuenta para el desarrollo del programa.

5.2.5. TIROS DE CÁMARA

Todas las tomas tienen una intención y un por qué. Dentro del piloto se utilizó el recurso de hacer tomas indirectas, es decir que capten a los presentadores sin que ellos miren a la cámara para cambiar lo tradicional.

Sin embargo esto no gustó a algunos de los participantes del Focus, “me gustaría que las tomas que se utilicen no cambien tanto para no cansarnos, al comienzo si me gustaba pero después de varias veces ya no” concluyó Isaac.

Kevin Cascante, en cambio, dijo que cuando algún presentador vaya a decir un mensaje a la audiencia, esté viendo a la cámara para que las personas sientan que les están hablando a ellos y no se desvíe la atención.

5.2.6. SECCIÓN QUE QUISIERAN AGREGAR O QUITAR

Anthony: “Que se agregue la sección de deportes, algún lugar para visitar”

Paulina: “Me gustaría una sección de película, de estrenos y también sobre música, un lugar nuevo que haya abierto, un restaurante”.

Vanesa: “Me hubiera gustado que dure un poquito más, pero tampoco muy largo, y me encantaría que se extienda el personal; no solamente que estén dos personas, sino que hayan otros presentando otros temas”.

5.2.7. TIEMPO

Todos indicaron que les gustaría que dure de 40 a 45 min y en el horario que preferirían verlo es entre las 3 y las 7pm

Bibliografía

1. Garcia, C. (1984) *Noticias por televisión*
2. Rincon, O. & Estrella, M. (2001). *Televisión pantalla e identidad*. Quito, El conejo
3. Albertos, Martínez. El concepto Tradicional de Noticia. 1977. Págs. 35-36
4. Alsina, Miguel Rodrigo. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1989

CONCLUSIONES

Las conclusiones a las que se pueden llegar luego de un trabajo investigativo de aproximadamente seis meses son:

1.- Los jóvenes están interesados en una propuesta de noticiario para su edad y, según las encuestas realizadas, lo desean con un formato llamativo que capte su atención.

2.- Según la opinión de varios profesionales (psicólogos, sociólogo, etc.), sí los jóvenes no ven noticiarios actualmente es porque no utilizan un lenguaje apropiado para ellos y en unos casos hasta se los subestima.

3.- Los canales de televisión, hasta el momento, no han hecho un noticiario para jóvenes, a los que ven como un mercado no consumista que dependen de sus padres en todo sentido. Sin embargo, ante la propuesta que se presenta en esta tesina, personal de Ecuavisa se mostró interesado en ver el producto final y no duda en apostar en los jóvenes.

4.- La propuesta televisiva “**TAL CUAL LO CONTAMOS**” es viable. A través de un Focus Group realizado en el mes de enero del presente año, pudimos constatar que el programa gustó y cumplió las expectativas de un grupo de jóvenes guayaquileños de diferentes colegios y estatus sociales.

ANEXOS

Anexo 1

Ficha Técnica			
Área	Entrevistado	Lugar de trabajo	Cargo
Educación	Estela Benítez	Fundación Leonidas Ortega Moreira	Directora de becas
Producción televisiva	1) Paulo Ordoñez 2) Ángel Sánchez 3) Manuel Ortega	Teleamazonas Ecuavisa TC Televisión	Productor de noticias Director Nacional de noticias Productor de noticias
Antropología	1) Alexandra Lozano 2) Maritza Izquierdo 3) Eduardo Róldos	Psicóloga Educativa Terapeuta Familiar Sociólogo	Escuela de Negocios Humane CAF UEES

Anexo 2: Preferencias televisivas

RANKING: TOP 20

Región: Guayaquil

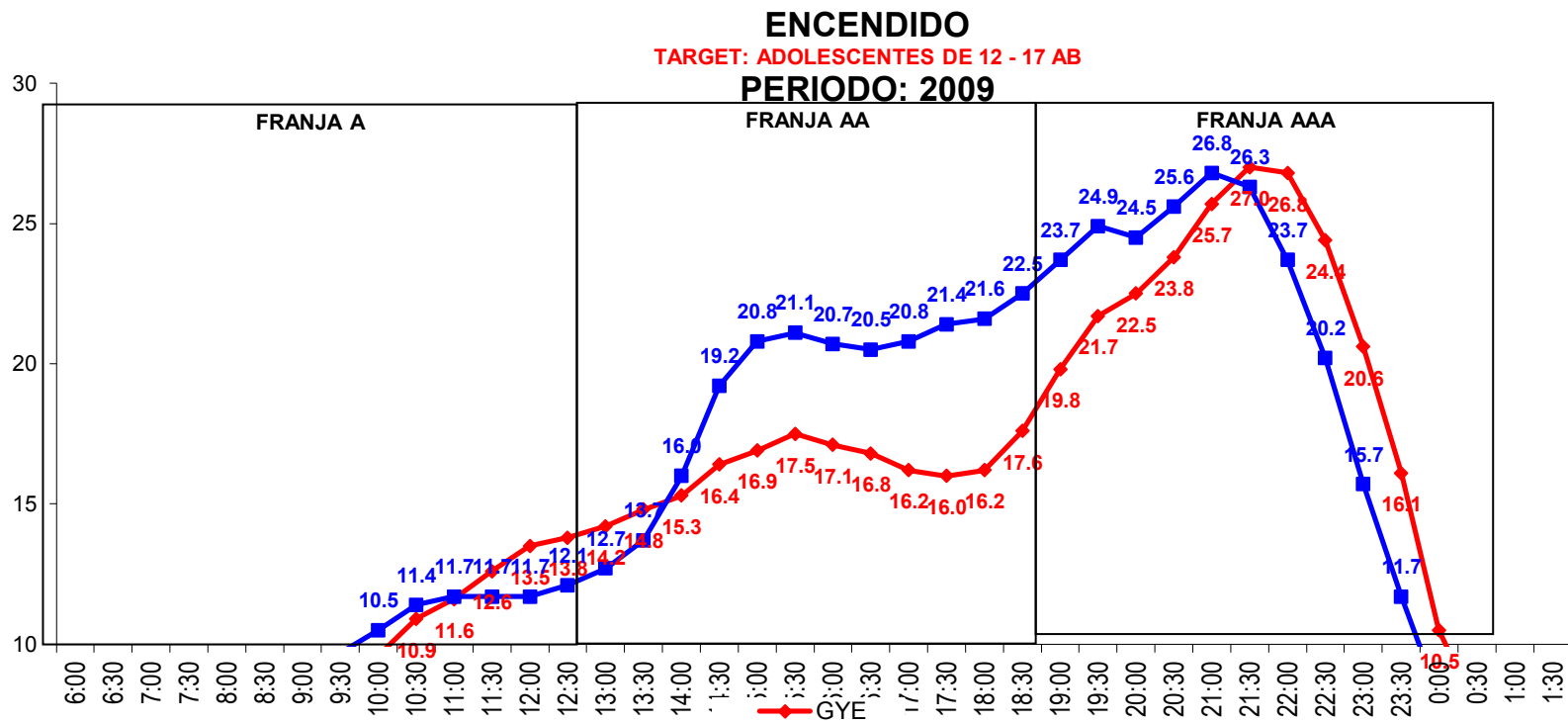
Targets: Hom-Muj 12-17 Alta/Media

Periodo: 01/01/2009-31/12/2009

	PROGRAMA	Canal	Genero	Dias	Inicio	Final	Dur	Rating	Share
1	TNV. ESCALERA AL CIELO	Ecuavisa	TELENOVELA	LMWJV	15:56	17:11	52	12,9	52,2
2	LA PANADERIA (S-D)	Ecuavisa	HUMORISTICO	D	20:48	22:35	59	12,8	42,2
3	TNV. EL SECRETO DE TOÑO PALOMI	Ecuavisa	TELENOVELA	LMWJV	21:48	22:44	39	12,3	42,3
4	TNV. VICTORIA	Ecuavisa	TELENOVELA	LMWJV	22:16	00:00	55	11,1	45,8
5	TNV. ROSTRO DE ANALIA	Ecuavisa	TELENOVELA	LMWJV	21:28	23:13	62	10,9	42
6	KARKU	Ecuavisa	SERIE	LMWJV	14:50	15:42	31	10,5	43,2
7	NED III	Ecuavisa	SERIE	LMWJV	16:15	17:21	23	10,3	40,9
8	ZOEY 101 I	Ecuavisa	SERIE	LMWJV	15:19	16:58	28	10	41
9	TNV. EL EXITOSO LCDO. CARDOSO	Ecuavisa	TELENOVELA	LMWJV	21:23	23:13	56	10	35,2
10	NOTICIAS II (S-D)	Ecuavisa	HUMORISTICO	D	21:57	23:08	34	9,8	36
11	TNV. SIN SENOS NO HAY PARAISO	Ecuavisa	TELENOVELA	LMWJV	22:24	00:08	62	9,8	47,7
12	QUIEN QUIERE SER MILLONARIO (D)	Ecuavisa	CONCURSO/ENTRET	D	19:59	21:18	51	9,2	33,7
13	TNV. CHIQUITITAS (R)	Ecuavisa	TELENOVELA	LMWJV	14:42	16:32	64	9,1	45,1
14	LATIN AMERICAN IDOL	RTS	MUSICAL	WJ	20:57	22:10	45	8,7	28,6
15	MORTIFIED	Ecuavisa	SERIE	LMWJV	15:49	16:27	21	8,1	36,1
16	FEAR FACTOR	RTS	SERIE	WJ	19:39	21:28	48	7,8	30,6
17	TNV. ESCALERA AL CIELO (R)	Ecuavisa	TELENOVELA	LMWJV	18:47	19:59	62	7,8	44,1
18	LA PAREJA FELIZ	Teleamazonas	SERIE	JV	21:19	00:00	27	7,8	27,4
19	TNV. EL ENCANTADOR	Teleamazonas	TELENOVELA	LMWJV	21:27	23:16	54	7,6	24,8
20	TNV. NIÑOS RICOS POBRES PADRES	Ecuavisa	TELENOVELA	LMWJV	22:18	00:11	61	7,6	38,5

Fuente: Ecuavisa

Anexo 3: Gráfico de Preferencias televisivas



Fuente: Ecuavisa