

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



PROGRAMA DE TITULACIÓN DE ALUMNOS ANTIGUOS NO GRADUADOS
(PETAENG)

MEMORIA LABORAL

RENOVAR LA ESTRUCTURA TELEVISIVA DE LA REVISTA “DESPIERTA PAÍS”,
EMITIDA POR ABYA YALA TELEVISIÓN, PARA MEJORAR EL CONTENIDO Y
FIDELIZAR LA AUDIENCIA

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSITARIO: Helen Roxana Ortega Barrientos

TUTOR: Msc. Patricia Leonor Arcienega Tito

LA PAZ – BOLIVIA

2021

Dedicatoria:

A mis papitos, Timoteo y Cristina, por su sacrificio y amor incondicional,
gracias por haberme formado y forjado para ser la persona que soy ahora.

A mis hermanas Juddy y Vania por su amor, por apoyarme y alentarme.

A ti hermanito querido, Julio César, que desde allá guías mis pasos cada día.

Y a ti hijito hermoso, Julio Alejandro, que estás en mi corazón y
mi pensamiento en cada segundo de mi vida,

sé que pronto te tendré en mis brazos nuevamente amor...

A todos ellos mi reconocimiento y agradecimiento eterno.

Agradecimientos:

A todas y todos los docentes que me formaron
en las aulas de la gloriosa UMSA.

A mi tutora: Msc. Patricia Leonor Arcienega Tito,
por su apoyo y guía académica en esta investigación.

A Abya Yala Televisión, gracias a las Gerencias por haber confiado en mí,
en mi profesionalismo y responsabilidad por tantos años.

ÍNDICE GENERAL

Área I.....	1
1. Descripción de la actividad laboral	1
1.1. Andrés Rojas Comunicaciones – Bolivisión Programa Telemañana	1
1.2. Empresa El Diario – Suplemento El Diario	2
1.3. Canal 7 Televisión Boliviana - Programa Agenda Femenina.....	3
1.4. Revista Agenda Femenina.....	4
1.5. Grupo Maya – Premios Maya	5
1.6. Grupo Maya – Festival del Matutino El Diario	6
1.7. Canal 7 TVB – Programa Buenas Noches América	7
1.8. Bolivisión – Programa Feminíssima	8
1.9. Allegori Importaciones	9
1.10. Grupo Maya – Campaña Política Elecciones Municipales 2004.....	10
1.11. Imagen Virtual – Jefe Departamento de Producción y Productora Programa Postada ..	11
1.12. Cidem – Programa Encuentros y Desencuentros	12
1.13. Intertrade Courier (TNT).....	12
1.14. Empresa Nacional de Televisión Boliviana – Canal 7.....	13
Empresa Estatal de Televisión “Bolivia Tv” – Canal 7	13
1.15. Cadena A – Programa Peso a Peso.....	14
1.16. Policía Boliviana – Unidad Operativa de Bomberos “Antofagasta”	15

1.17. Instituto Nacional de Estadística INE	16
1.18. Abya Yala Televisión	16
Área II	20
Sistematización de la experiencia laboral	Error! Bookmark not defined.
2. Introducción	20
2.1. Identificación del Problema	21
2.2. Planteamiento del Problema	22
2.3. Justificación	22
2.3.1 Justificación Social	22
2.3.2. Justificación Académica	23
2.3.3. Justificación Práctica	24
2.3.4. Justificación Metodológica	24
2.4. Sistematización Revista Informativa Despierta País	25
2.4.1. Delimitación del Tema.....	25
2.4.1.1. Experiencia laboral que se sistematiza	25
2.4.1.2. Inicio de la revista.....	25
2.4.1.3. Cronograma de Producción de la revista	25
2.5. Objetivos	26
2.5.1. Objetivo General.....	26
2.5.2. Objetivos Específicos.....	26
2.6. Marco Teórico Conceptual	27

2.6.1. Comunicación	27
2.6.1.1. Elementos de la Comunicación.....	28
2.6.1.2. Propósitos de la Comunicación.....	30
2.6.2. La Televisión	31
2.6.2.1. Características de la Televisión	32
2.6.3. ¿Qué es una Revista Informativa o Magazine?.....	33
2.6.3.1. ¿Cómo nace la Revista o Magazine?	34
2.6.3.2. Estructura de Revista Informativa	35
2.6.4. Características de Revistas Informativas	37
2.6.4.1. Géneros periodísticos que contiene una Revista Informativa Televisiva	37
2.6.4.1.1. La Noticia.....	37
2.6.4.1.2. La Noticia-Reportaje	38
2.6.4.1.3. La Crónica.....	39
2.6.4.1.4. La Entrevista	39
2.6.4.1.5. La Información Deportiva.....	39
2.7. Producción Televisiva.....	40
2.7.1. Pre-producción	41
2.7.1.1. Elaboración de Escaleta	42
2.7.2. Producción Del Programa	43
2.7.3. Post-Producción	44

2.8. Marco Institucional	45
2.8.1. Identidad Institucional	45
2.8.2. Organigrama Institucional	46
2.8.3. Misión Institucional	46
2.8.4. Visión Institucional.....	47
2.8.5. Valores Institucionales.....	47
2.8.6. Principios Institucionales	48
2.9. Marco Metodológico.....	48
2.9.1. Enfoque Cualitativo	48
2.9.2. Diseño de la Investigación	49
2.9.3. Métodos.....	50
2.9.3.1. Método Deductivo	50
2.9.4. Fuentes de Información.....	50
2.9.4.1. Revisión Documental.....	51
2.9.4.2. Fuentes Videográficas:.....	51
2.10. Técnicas Instrumentos	51
2.10.1. La entrevista en profundidad	52
2.10.2. Observación	52
2.10.3. Sondeo.....	53
2.11. Propuesta para renovar la estructura de la revista informativa Despierta País	53

2.11.1. Planificación	53
2.11.2. Plan comunicacional para renovar la estructura de la revista Informativa Despierta País.....	54
2.11.3. Público objetivo	55
2.11.4. Descripción del producto comunicacional.....	55
2.11.5. Frecuencia de Transmisión	56
2.11.6. Género.....	56
2.11.7. Relevancia de la revista Despierta País	56
2.11.8. Cronograma de trabajo.....	57
2.11.9. Equipo de trabajo	57
2.11.10. Medio de difusión de la revista Despierta País	59
2.12. Pasos para la renovación de la revista Despierta País.....	59
2.12.1. Diagnóstico del Producto Comunicacional.....	59
2.12.2. Reunión de evaluación grupal.....	61
2.12.3. Observación del Producto Comunicacional.....	61
2.12.4. Revisión de Fuentes de Información.....	62
2.12.5. Sondeo al Televidente.....	63
2.12.6. Revisión documental para implementar nueva estructura	66
2.12.6.1. Planteamiento nueva estructura Despierta País	66
2.12.6.2. Cronograma nueva estructura Despierta País	69

2.13. Producción de nueva estructura	70
2.13.1. Planificación de contenidos	70
2.13.2. Organización y producción de sectores	71
2.13.3. Control de calidad	72
2.13.4. Puesta al aire	72
2.13.5. Producción de pauta televisiva.....	72
2.14. Ejemplo de producción de la revista Despierta País	81
2.15. Análisis del Producto Comunicacional	95
2.16. Conclusiones y recomendaciones	96
Área III	99
Análisis De La Experiencia Laboral	99
3.1. Breve balance del pensum con el que culminé la carrera	99
3.2. Aprendizaje en el proceso de trabajo	100
3.3. Sugerencias para complementar la formación del profesional en Comunicación Social.	100
Bibliografía	102

Índice de Gráficos

Gráfico N° 1: Producto sistematizado	27
Gráfico N° 2: Modelo Comunicacional Berlo tras análisis de los modelos comunicacionales de Schannon Y Weaver	30
Gráfico N° 3: Funciones en Producción Televisiva	43
Gráfico N° 4: Organigrama Abya Yala Televisión	46
Gráfico N° 5: Resultados sondeo incorporación sectores revista Despierta País.....	65
Gráfico N° 6: Cronograma semanal.....	69
Gráfico N° 7: Pauta revista Despierta País.....	73

Índice de Imágenes

Imagen N° 1: Presentación - Revista Despierta País.....	81
Imagen N° 2: Portadas Nacionales - Revista Despierta País	82
Imagen N° 3: Portadas Nacionales – Revista Despierta País	82
Imagen N° 4: Tráfico Vehicular - Revista Despierta País	83
Imagen N° 5: Bloque Informativo - Revista Despierta País	83
Imagen N° 6: Bloque Informativo - Revista Despierta País	84
Imagen N° 7: Nota Curiosa - Revista Despierta País.....	84
Imagen N° 8: Unidad Móvil Armando Anti - Revista Despierta País	85
Imagen N° 9: Rejilla Entrevistas - Revista Despierta País	85
Imagen N° 10: Sector Entrevista - Revista Despierta País	86
Imagen N° 11: Sector Entrevista - Revista Despierta País	86
Imagen N° 12: Rejilla Deportes - Revista Despierta País	87
Imagen N° 13: Notas Deportivas-Revista Despierta País	87
Imagen N° 14: Presentación Unidad Móvil - Revista Despierta País	88
Imagen N° 15: Unidad Móvil - Revista Despierta País	88
Imagen N° 16: Presentación notas Tecnológicas - Revista Despierta País.....	89
Imagen N° 17: Nota Tecnológica - Revista Despierta País	89
Imagen N° 18: Presentadores Mandan A Corte - Revista Despierta País	90
Imagen N° 19: Entrevista vía Zoom Alemania - Revista Despierta País.....	90
Imagen N° 20 Rejilla Tu Emprendimiento - Revista Despierta País	91
Imagen N° 21: Sector Tu Emprendimiento - Revista Despierta País	91
Imagen N° 22: Entrevista exteriores - Revista Despierta País	92
Imagen N° 23: Mandan a corte con Caravana - Revista Despierta País	92
Imagen N° 24: Unidad Móvil El Alto - Revista Despierta País	93
Imagen N° 25: Pronóstico del tiempo - Revista Despierta País.....	93
Imagen N° 26: Rejilla Curiosidades - Revista Despierta País	94
Imagen N° 27: Entrevista grupo Musical - Revista Despierta País	94

RESUMEN EJECUTIVO

La presente Memoria Académica se desarrolla en el marco de la modalidad de titulación Petaeng de la carrera de Comunicación Social de la UMSA y describe la actividad laboral de la postulante en la revista Despierta País, tomando como referente de estudio el período de octubre a diciembre de 2020.

Este trabajo académico se realiza con el fin de plasmar lo aprendido en los años de experiencia profesional adquiridos en el área televisiva y sistematizar una estructura televisiva diferente para mejorar los contenidos y la organización en la puesta al aire de la revista referida en el párrafo anterior.

La estructura del presente documento asume el esquema establecido en el Reglamento del PETAENG, por tanto, cubre tres áreas¹:

- ❖ Área I Descripción de la Actividad Laboral
- ❖ Área II La Sistematización de la experiencia Laboral más significativa afrontada y resuelta profesionalmente.
- ❖ Área III Análisis de la experiencia Laboral.

Estas áreas fueron desarrolladas y ampliadas según el detalle a continuación:

ÁREA I: Se realiza una descripción de la Actividad Laboral, especificando los períodos y las instituciones donde se desarrolló la actividad laboral, detallados en los siguientes puntos:

- ❖ Instituciones donde se realizó la actividad laboral
- ❖ Período de la actividad laboral
- ❖ Cargos desempeñados
- ❖ Relaciones de sub/súper ordenación
- ❖ Características generales de las actividades desarrolladas
- ❖ Productos significativos/resultados

¹ Guía Metodológica. PETAENG – Universidad Mayor de San Andrés (2020)

ÁREA II: Sistematización de la experiencia laboral en la revista Despierta País, programa emitido de lunes a viernes de 6:30 a 9:00, a nivel nacional por Abya Yala Tv., canal privado dependiente de la Fundación Abya Yala Bolivia. En esa perspectiva, este estudio presenta una propuesta para mejorar el programa de televisión poniendo en práctica un plan y organización comunicacional interno y externo, la relación con comunicadores institucionales y gubernamentales, además de coordinación con los periodistas de la ciudad de La Paz y el interior del país.

- ❖ Introducción/justificación
- ❖ Marco conceptual de referencia
- ❖ Sección diagnóstica
- ❖ Sección propositiva
- ❖ Sección conclusiva

ÁREA III: Análisis de la experiencia laboral a la luz de la formación académica. Análisis de todas las herramientas desarrolladas en la carrera ciencias de la comunicación social para afrontar el trabajo en un medio de comunicación, poniendo a consideración sugerencias para que los estudiantes que terminan la carrera adquieran una base teórica y práctica para elaborar y poner al aire un programa de televisión.

- ❖ Breve balance del pensum con el que egresé
- ❖ Aprendizaje en el proceso de trabajo
- ❖ Sugerencias para complementar la formación del profesional en comunicación social

ÁREA I.

1. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL

En todos estos años como egresada de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social se desarrolló trabajos en medios de comunicación tanto en empresas públicas como privadas, donde se aplicó todos los conocimientos adquiridos en los años de formación académica en la Universidad Mayor de San Andrés. A continuación, se detalla los resultados y las características de las actividades laborales desarrolladas:

1.1. ANDRÉS ROJAS COMUNICACIONES – BOLIVISIÓN PROGRAMA TELEMAÑANA

Período de la actividad laboral:

Del 3 de marzo al 31 de mayo de 1997

(El programa sólo tuvo una duración de tres meses y salió del aire).

Cargo desempeñado:

Coordinadora General del programa “TELEMAÑANA” emitido por la Red Bolivisión – Telesistema Boliviano de 8:30 a 10:00 a.m.

Relaciones de Sub/súper ordenación:

En este cargo tenía como inmediato superior al Señor Winston Barrientos, Coordinador General de Andrés Rojas Comunicaciones.

Contaba con 11 personas bajo mi dependencia, entre personal operativo (Realizador, Sonidista, Operador de Play Out, Operador de Generador de Caracteres, Camarógrafos de Estudio) y de producción (Asistente, Camarógrafo y Editor).

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Coordinación de toda la elaboración y puesta al aire del programa, lo que implicaba la coordinación de entrevistas, de invitados, equipo de producción y realización de cápsulas y pastillas.

- Preparación de un banco de imágenes de apoyo, para utilizar en las entrevistas como apoyo y evitar que la entrevista sea pesada.
- Coordinación y supervisión con el equipo operativo (Realizador, sonidista, play out, generador de caracteres y camarógrafos de estudio).
- Coordinación con el Departamento de Marketing para el cumplimiento de la pauta publicitaria.

Productos significativos y resultados:

- Posicionar la revista en un nicho de mercado relativamente nuevo, las revistas televisivas iniciaban.
- El programa se emitía a nivel nacional, lo que permitió incrementar la audiencia que nos seguía, este incremento se logró medir por las llamadas telefónicas que recibíamos.
- Al tener varios sectores de consultas como el sector Médico, Psicológico, Legal, etc., se logró ayudar a la población resolviendo junto al profesional sus dudas e interrogantes.

1.2. EMPRESA EL DIARIO – SUPLEMENTO EL DIARIO

Período de la actividad laboral:

Del 1 de agosto de 1997 al 20 de febrero de 1999

Cargo desempeñado:

Redactora Suplemento Femenino

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediata superior, Patricia Coca que era la Editora del Suplemento.
- Bajo dependencia dos Diseñadores Gráficos.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Planificación semanal del contenido del Suplemento.
- Elaboración de notas.
- Realización de entrevistas.
- Corrección ortográfica y edición de notas de los colaboradores, publinotas y avisos.
- Diagramación y supervisión en el armado del Suplemento.

Productos significativos y resultados:

- Posicionar en el mercado el Suplemento, teniendo una buena aceptación por el contenido variado que presentaba.
- La circulación nacional que tiene el periódico El Diario ayudó a tener público a nivel nacional, destacando la preferencia del público del interior.

1.3. CANAL 7 TELEVISIÓN BOLIVIANA - PROGRAMA AGENDA FEMENINA**Período de la actividad laboral:**

Del 1 de septiembre de 1997 al 31 de marzo de 2000

Cargo desempeñado:

Productora y Coordinadora General

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Mi inmediata superior era la conductora y propietaria del programa, Patricia Coca.
- Dependientes 10 personas, entre personal de producción (Asistente, Camarógrafo, Editor) y Personal de Operaciones (Realizador, Sonidista, Operador de Play Out, Operador de Generador de Caracteres y Camarógrafos de Estudio).
- Además, 25 colaboradores, los cuales tenían un sector en el Programa.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Coordinación de toda la producción.
- Puesta al aire del programa.
- Coordinación de invitados, grupos y despachos en vivo.
- Realización de cápsulas y pastillas.
- Coordinación con el departamento de Prensa.
- Coordinación con el equipo de producción (Camarógrafo y editor).
- Coordinación y supervisión del equipo operativo, para la puesta al aire del Programa.
- Elaboración de una escaleta y pauta para la emisión del programa diario. En esta pauta estaban incluidos los sellos y datos para el generador de caracteres.
- Preparación de imágenes de apoyo para la realización de las entrevistas, precisamente como apoyo y evitar que la entrevista sea pesada.

Productos significativos y resultados:

- Programa pionero, Agenda Femenina fue la primera revista en su género.
- Al tener varios sectores de orientación al telespectador se logró ayudar a las y los televidentes a despejar dudas y resolver problemas, con sectores como el de Salud, Psicología, Asesoramiento Legal, etc.
- Con los sectores de cocina se ayudó a muchas amas de casa a diversificar su menú diario. Si bien en esta época no fue valorado este tipo de sectores, en ese entonces fue de gran ayuda y fue uno de los sectores con mayor rating.
- Incorporación de sectores de manualidades, un gran número de artesanos, profesores de manualidades y artistas plásticos tenían un sector semanal en el Programa. Al ser un programa diario se logró enseñar varias técnicas para la elaboración de adornos, recuerdos, cerámica, ropa y varios otros artículos, resultado de estas teleclases muchas de nuestras seguidoras lograron hacer realidad pequeños emprendimientos.
- Otro logro importante de Agenda Femenina fue entretener a los televidentes, con los sectores de humor y de espectáculos (grupos nacionales e internacionales) para que el televidente disfrute y se entretenga.

1.4. REVISTA AGENDA FEMENINA**Período de la actividad laboral:**

Del 2 de noviembre de 1998 al 31 de marzo de 2000

Cargo desempeñado:

Asistente Ejecutiva y Coordinadora General.

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Mi inmediata superior era la propietaria y directora de la revista Agenda Femenina, Patricia Coca.
- Dependencia, Diagramador y diseñador gráfico de la revista y los 25 colaboradores que publicaban en la misma.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Se coordinaba con los colaboradores, se elegía el trabajo o el plato que presentarían en la revista, para luego realizar el registro fotográfico del mismo. Para este registro se hacía también una planificación previa con el fin de lograr así un paso a paso lo más claro posible y que no haya ningún problema para que las y los lectores logren el mismo resultado del colaborador.
- Corrección de sintaxis y ortografía de todos los artículos que estaban incluidos en la revista.
- Supervisión del trabajo del diseñador gráfico hasta llegar a la finalización del armado, posteriormente impresión.
- Coordinación para la impresión final, aprobación de pruebas de color, de armado, de orden para la impresión final, pagos y entregas de la revista impresa.
- Una vez impresa la revista me encargaba también de la distribución de la revista a nivel nacional e internacional.

Productos significativos y resultados:

- Aporte educativo y de entretenimiento a las amas de casa, a las recién casadas y todos los que les gusta la gastronomía a elaborar una variedad de platos paso a paso.
- Coadyuvar a iniciar emprendimientos, al enseñar varias técnicas para la elaboración de adornos, recuerdos, cerámica, ropa y varios otros artículos, muchas de las seguidoras y seguidores lograron hacer realidad pequeños emprendimientos.

1.5. GRUPO MAYA – PREMIOS MAYA**Período de la actividad laboral:**

De enero de 1997 a diciembre de 1999

Cargo desempeñado:

Coordinadora de Producción

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Mi inmediato superior fue el Director General del Grupo Maya, Winston Barrientos.
- Dependencia laboral 12 personas, entre camarógrafos, editores y asistentes de producción.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Coordinación de la organización para la selección de ganadores en las distintas categorías (encuestas).
- Selección de ganadores, coordinación con el personaje y los representantes de las empresas y/o instituciones, para realizar una grabación con una breve reseña y entrevistas.
- Coordinación de la lista de representantes de la Instituciones premiadas que recibirían el reconocimiento y finalmente coordinación de todo el evento

Productos significativos y resultados:

- Posesionar a los premios Maya, siendo desde sus inicios un referente nacional.
- Presentación de un programa, que además de premiar a lo mejor del país, con la actuación de varios artistas nacionales e internacionales.

1.6. GRUPO MAYA – FESTIVAL DE EL MATUTINO EL DIARIO**Período de la actividad laboral:**

De febrero de 1997 a agosto de 1999

Cargo desempeñado:

Coordinadora de Producción

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior, director del Grupo Maya, Winston Barrientos.
- Dependencia de 10 personas, entre asistentes de producción, camarógrafo y Editor.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Realización y coordinación del evento.
- Elaboración de los videos con la reseña de EL DIARIO, premiación de los ganadores se hacía antes de iniciar el espectáculo y se coordinaba con el personal de El Diario para tener un orden de los ganadores y proceder a la entrega de los premios y medallas y/o trofeos
- Coordinación con los grupos Nacionales e Internacionales que se presentaban en los festivales.
- Coordinación con los responsables de TVB, puesto que el Festival se transmitía por este Canal.

Productos significativos y resultados:

- Festivales consolidados en la ciudad de La Paz, que ya eran tradicionales y que la población esperaba que se realice el mes de abril.
- Transmisiones por TVB Canal 7, destacando de esta forma la importancia que tenía el periódico más antiguo del país, el cual tenía circulación mundial.

1.7. CANAL 7 TVB – PROGRAMA BUENAS NOCHES AMÉRICA**Período de la actividad laboral:**

De marzo a agosto de 1999

Cargo desempeñado:

Coordinadora y Jefe de Piso

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior era el director y conductor del programa, Andrés Rojas.
- Dependencia 11 personas, entre personal de operaciones y producción.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Coordinación de contactos e Invitados para el programa.
- Coordinación con equipo de producción (Camarógrafo y editor).
- Coordinación y supervisión del equipo operativo para puesta al aire (Realizador, sonidista, play out, camarógrafos).
- Realizaba una pauta, que definía el orden del programa.
- Preparación de imágenes de apoyo, las mismas se emitían durante las entrevistas.
- Operadora de generador de caracteres

Productos significativos y resultados:

- El programa no duró mucho tiempo por lo que no se lograron muchos resultados.
- En el corto tiempo que duró lo más destacable era la respuesta de los televidentes de todo el país y también del exterior.
- Fue una miscelánea que distraía a los televidentes además de informar y analizaba temas coyunturales.

1.8. BOLIVISIÓN – PROGRAMA FEMINISSIMA

Período de la actividad laboral:

De 3 de abril de 2000 a 31 de diciembre de 2002

Cargo desempeñado:

Coordinadora general y productora.

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediata superior fue la conductora y propietaria del programa, Ruth Pozzo.
- Dependencia 10 personas de planta entre personal de producción (Asistente, Camarógrafo, Editor) y Personal de Operaciones (Realizador, Sonidista, Operador de play out, Operador de Generador de Caracteres y Camarógrafos de Estudio) y 17 colaboradores (Especialistas, Artistas manuales e invitados que tenían sector en el programa).

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Coordinación de toda la producción.
- Coordinación de invitados, grupos y despachos en vivo.
- Realización de cápsulas y pastillas informativas.
- Elaboración de una escaleta y pauta para la emisión del programa diario en vivo. En esta pauta estaban incluidos también los sellos y datos para el generador de caracteres.
- Producción de infomerciales, se renovaban constantemente los mismos porque se vendían muchos espacios en los que se publicitaba diversos productos.
- Definición de la lista de imágenes de apoyo para dinamizar las entrevistas y evitar sean tediosas y pesadas.
- Coordinación con el Departamento de Marketing para poner al aire los distintos sectores de clientes.
- Coordinación con el departamento de Prensa, para el sector de Noticia del Momento.
- Coordinación con el equipo de producción (Camarógrafo y editor).
- Coordinación y supervisión del equipo operativo, para la puesta al aire del Programa.

Productos significativos y resultados:

- El programa tenía muchos sectores de orientación al telespectador, logrando ayudar a las y los televidentes a despejar dudas haciendo consultas a los profesionales, sectores como el de Salud, Pediatría, Jardinería, Psicología, Asesoramiento Legal, etc.

- Con los sectores de cocina se enseñaba nuevas y diversas recetas.
- Con los sectores de manualidades, un gran número de artesanos, profesores de manualidades y artistas plásticos lograron realizar talleres y cursos, llegando a tener una fuente de ingreso económico. Se enseñó varias técnicas para la elaboración de adornos, recuerdos, cerámica, ropa y varios otros artículos.
- El programa logró también entretener a los televidentes con los sectores de curiosidades, de humor y de espectáculos (grupos nacionales e internacionales).

1.9. ALLEGORI IMPORTACIONES

Período de la actividad laboral:

De enero a diciembre de 2003

Cargo desempeñado:

Encargada de Publicidad y Marketing

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior era la gerente de marketing, Fabiola Peña
- Dependencia de nueve personas, entre administradores y vendedores.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Realización de un plan de mercadeo en la ciudad de Cochabamba para las tiendas Femenina y Vanidad.
- Supervisión de la realización de spots publicitarios.
- Contratación de modelos y personal administrativo para ambas tiendas.
- Elaboración de un plan comunicacional para el posicionamiento de las tiendas, realizando constantemente publicidad y presentación de promociones.
- Grabación de cápsulas publicitarias
- Tour de medios en revistas femeninas.

Productos significativos y resultados:

- Apertura de tiendas FEMENINA y VANIDAD, trabajando un mercado nuevo en la ciudad de Cochabamba.

- Inicialmente las tiendas se abrieron en Santa Cruz, luego Cochabamba y posteriormente en La Paz.
- Allegori tiene la franquicia de Azaleia, Ramarim, Piccadilly, Kolosh entre otras marcas brasileras y se logró con las tiendas ofrecer a la clientela una gran variedad de calçados.

1.10. GRUPO MAYA – CAMPAÑA POLÍTICA ELECCIONES MUNICIPALES 2004

Período de la actividad laboral:

De 4 de octubre a 30 de diciembre de 2004

Cargo desempeñado:

Coordinadora, redactora y editora de material de prensa del Departamento de Imagen y medios.

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior era el director del grupo Maya, Winston Barrientos.
- Dependencia de seis personas, entre diagramador, camarógrafo, editor y asistentes.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Elaboración y revisión de material audiovisual para medios de comunicación con la propuesta política.
- Coordinación de actividades para la campaña electoral como caminatas, caravanas y festivales.
- Elaboración de afiches y material de promoción del candidato.
- Elaboración de spot de propaganda electoral para el partido y el candidato rumbo a elecciones 2004.

Productos significativos y resultados:

- Propuesta del candidato a la Alcaldía de la ciudad de La Paz, destacando la gran cantidad de seguidores que tenía el mencionado candidato.
- Resultados de las primeras encuestas mostraron una buena aceptación de la ciudadanía, pero no ganó en las urnas, por lo cual el trabajo no continuó.

1.11. IMAGEN VIRTUAL – JEFE DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN Y PRODUCTORA PROGRAMA POSTADA

Período de la actividad laboral:

Del 21 de marzo al 1 de diciembre de 2005

Cargo desempeñado:

Jefe del Departamento de Producción y productora programa Posdata

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior era el Gerente General de Imagen Virtual, Juna Carlos Arana.
- Dependencia de 15 personas: Tres equipos de Prensa (periodista y camarógrafo), dos post-productores, tres presentadores, equipo de operaciones (Realizador, sonidista, operador de play out y operador de generador de caracteres).

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Coordinación con los equipos de prensa, definición de agenda para cobertura.
- Corrección de notas, leads y sellos para su emisión.
- Coordinación general de la producción del programa Posdata, coordinación de invitados, sectores, notas y cápsulas.
- Elaboración diaria de la escaleta y pauta para la emisión del programa.
- Elaboración de imágenes de apoyo para realizar entrevistas.
- Realización de infomerciales.
- Realización de varios programas que se grababan en instalaciones Imagen Virtual, sectores vendidos.
- Producción de spots, documentales, que incluía la pre-producción, producción y post-producción.

Productos significativos y resultados:

- Mejorar el programa, con la implementación de sectores y el replanteamiento de sectores que ya existían. El resultado fue un excelente programa con contenido de miscelánea que era difundido a nivel nacional.
- Contratación de los servicios de la productora para realizar programas, spots, propaganda y documentales.

1.12. CIDEM – PROGRAMA ENCUENTROS Y DESENCUENTROS

Período de la actividad laboral:

Del 4 de julio de 2005 al 30 de abril de 2006

Cargo desempeñado:

Productora General del programa Encuentros y Desencuentros

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior era la directora ejecutiva del Centro de Información y Desarrollo de la Mujer CIDEM, Mary Marca Paco y la Coordinadora de Proyectos e Incidencia Política del CIDEM, Patricia Bráñez Cortez.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Coordinación y definición de contenidos del programa con el personal del CIDEM.
- Coordinación de invitados para el programa semanal a grabar.
- Realización de notas de introducción al tema a desarrollarse.
- Elaboración de cápsulas, cuadros de apoyo.
- Coordinación con el equipo operativo para la grabación del programa.
- Realización de pautas y escaletas para cada programa.
- Elaboración de imágenes de apoyo para el programa.
- Coordinación, revisión y pauteo del programa con el personal de Cadena para su emisión.

Productos significativos y resultados:

- Programa creado para reforzar la concientización y el conocimiento de los derechos fundamentales que tienen las mujeres.
- CIDEM replanteó un Servicio de Atención Integral Psico-Socio-Legal, especializado en el asesoramiento a víctimas que sufrían violencia, doméstica y sexual.

1.13. INTERTRADE COURIER (TNT)

Período de la actividad laboral:

Del 12 de marzo al 17 de octubre de 2008

Cargo desempeñado:

Ejecutiva de cuentas

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior era el gerente de ventas, Mauricio Maldonado.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Presentación de servicios y productos a clientes nacionales e internacionales.
- Elaboración de material informativo personalizado para los clientes, según requerimientos específicos.
- Elaboración de material impreso con promociones mensuales para nuestros clientes en general.

Productos significativos y resultados:

- Venta de los servicios y productos, con todo el material que se elaboró se logró llegar a las metas fijadas que nos ponían.
- Brindar información específica y servicios precisos y oportunos, cumpliendo los tiempos de entrega fijados y comprometidos.

1.14. EMPRESA NACIONAL DE TELEVISIÓN BOLIVIANA – CANAL 7

EMPRESA ESTATAL DE TELEVISIÓN “BOLIVIA TV” – CANAL 7

Período de la actividad laboral:

Del 15 de enero al 31 de julio de 2009

Cargo desempeñado:

Productora de avances y guionista

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior era la Gerente de Producción y Programación, Lorena Guillén.
- Dependencia de cuatro editores de post-producción.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Producción de cápsulas históricas, de información departamental, de información cívica, gastronómica y turística entre otros.
- Entrega diaria de avances de programas especiales y programas diarios, con el detalle de los horarios y temas a tratar.
- Coordinación con los conductores de programas para la grabación de los avances.
- Presentación de guiones, y grabación del mismo.
- Coordinación con el equipo de operación para grabar los avances de programas, para luego post-producirlos.
- Supervisión y corrección del trabajo de los post-productores.
- Corrección ortográfica de textos que tenían los avances.
- Producción y supervisión de la nueva línea gráfica para lo que es Bolivia TV.

Productos significativos y resultados:

- Transición de Empresa Nacional de Televisión Boliviana a Empresa Estatal de Televisión “Bolivia TV” cambió de la programación con una nueva línea gráfica.
- Posesionar en corto tiempo la nueva imagen de Canal 7.
- Avances de la programación para captar y beneficiar con la sintonía.
- Elaboración de cápsulas de contenido turístico, gastronómico, departamental, cívicas.

1.15. CADENA A – PROGRAMA PESO A PESO**Período de la actividad laboral:**

Del 1 de octubre de 2009 al 31 de diciembre de 2012

Cargo desempeñado:

Productora, coordinadora y editora de notas.

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediata superior era la conductora y propietaria del programa, Ruth Pozzo.
- Dependencia de 7 personas, un camarógrafo editor, un post-productor y el personal de operaciones, realizador, sonidista, operador de playo ut y operador de generador de caracteres.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Preparación diaria de notas, cápsulas, consejos con contenido económico.
- Coordinación de invitados y de la elaboración de todo el material y la puesta al aire del programa coordinando con el equipo operativo para emitir el programa al vivo.
- Elaboración de una escaleta y pauta para la emisión del programa diario.

Productos significativos y resultados:

- Programa económico fundamentada en la macro y micro economía.
- Sectores educativos en economía.
- Concientizar en el concepto de “ahorro”, desde el cerrar el grifo del agua hasta disminuir el monto de compras en tiendas o mercados.

**1.16. POLICÍA BOLIVIANA – UNIDAD OPERATIVA DE BOMBEROS
“ANTOFAGASTA”**

Período de la actividad laboral:

De 1 de abril al 31 de diciembre de 2012

Cargo desempeñado:

Consignada al área de Relaciones públicas de la Unidad. Designación mediante Memorandum 102/2012)

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior era el responsable de la Unidad de Relaciones Públicas.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Coordinación con los medios de comunicación para realizar conferencias de prensa.
- Realización de notas de prensa para la distribución en las conferencias.
- Elaboración de material educativo impreso, como guías para cursos.
- Coordinación de entrevistas en medios de comunicación.
- Realización de materiales impreso y audiovisual.
- Colaboración en la redacción, revisión, diagramación e impresión de la Memoria de la Institución.

Productos significativos y resultados:

- Informar y orientar sobre la forma de actuar en el caso de una situación de emergencia.
- Concientizar a la población en diversos aspectos de seguridad.
- Relaciones públicas entre la población y el personal de bomberos.
- Elaboración de la Memoria de Unidad Operativa de Bomberos Antofagasta.

1.17. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA INE

Período de la actividad laboral:

Del 14 al 29 de diciembre de 2015.

Cargo desempeñado:

Consultora Individual por producto, Edición y sistematización de documento del Censo Agropecuario CNA del Proyecto FCEBIPBE.

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior era el Jefe de Unidad de difusión y Comunicación, Dennis Michel en inmediata correlación con el Administrador del Censo, Franco Escalante.
- Dependencia de una persona para el trabajo de diagramación.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

- Revisión del estilo, corrección ortográfica y de sintaxis según lineamientos del Instituto Nacional de Estadística.

Productos significativos y resultados:

- Información fidedigna del Censo Agropecuario, material editado y sistematizado para su presentación, posterior utilización y compilación de datos, logrados mediante el Censo.

1.18. ABYA YALA TELEVISIÓN

Período de la actividad laboral:

Del 1 de octubre de 2013 a la fecha

Cargo desempeñado:

Coordinadora de Prensa, productora de programas y transmisiones de este canal.

Relaciones de Sub/súper ordenación:

- Inmediato superior es el encargado de Prensa o el Director de Informaciones, en los años que estoy desempeñando funciones en este medio de comunicación se han cambiaron al menos en seis oportunidades al responsable del área de prensa.
- Dependencia de 22 personas, equipos del departamento de Prensa y personal de operaciones, realizador, sonidista, operador de play out y operador de generador de caracteres, al momento de poner al aire los informativos y programas.

Descripción de las principales actividades desarrolladas:

PRENSA:

- Coordinación con el departamento de Prensa (Periodistas y Camarógrafos) para la cobertura.
- Seguimiento de fuentes.
- Elaboración de notas para las ediciones Informativas.
- Recepción y corrección ortográfica y de sintaxis de leads y sellos.
- Elaboración de pauta y escaleta.
- Elaboración de scrowll (varios años, ahora se suspendió).
- Puesta al aire de los informativos.
- Coordinación de Unidades Móviles.
- Coordinación de contactos con el interior y exterior del país en los informativos.
- Coordinación de contactos telefónicos.

PRODUCCIÓN:

- Son innumerables los programas y transmisiones que se realizó en estos más de ocho años de trabajo en Abya Yala Tv.
- Entre algunos de los programas producidos están: Revista Despierta País, Palestra Política, Abya Yala Economía, Lado Verde, Salud Abya Yala, Abya Yala Culturas, Yatiyawi, Willjta Pacha, Voces de Acero, Dímelo en la Cara, Nosotrans, Último Round, La Noche al Día, Abya Yala Mundo, Carnavalero, entre otros más.
- La producción de estos programas implicó coordinar entrevistas, contactos, despachos, elaboración de notas, pautas y escaleta, además de coordinar con el departamento de operaciones ya sea para la grabación o puesta al aire en vivo de estos programas.
- Transmisiones de Mando, Posesiones Presidenciales, Mensajes Presidenciales, E

- lecciones Generales, Elecciones Subnacionales, Entradas Folklóricas (Festival de Bandas, Entrada de Carnaval de Oruro, Tarija, Sucre, La Paz; Entradas Folklóricas de Guadalupe en Sucre, Señor Jesús del Gran Poder, Virgen del Carmen, Chutillos, San Roque, Viacha, Buenos Aires, etc), Demanda Marítima de Bolivia, Demanda del Silala, etc. Cumbres Internacionales, días internacionales, días nacionales.
- Transmisiones con despachos nacionales e internacionales de corresponsales, como es el caso de la transmisión de la Elección Presidencial del pasado 18 de octubre en el mismo conto con despachos de 51 periodistas desplegados en ciudades capitales, ciudades intermedias de nuestro país y despachos internacionales (Brasil, Argentina, Perú, Suiza, Madrid), se coordinó entrevistas, locaciones, contactos, elaboración de notas, cápsulas o material que se necesitó dependiendo de la característica de las transmisiones.
- Coordinación para la puesta al aire de estas transmisiones y/o programas especiales.
- Producción y coordinación con editores, camarógrafos y presentadores de programas y de igual forma que en Prensa la puesta al aire de estos programas.
- Voz en off en la revista Levántate Bolivia (Revista informativa matutina)
- Voz en off para cápsulas informativas, de turismo y publicidad.
- Voz en off para titulares de los Informativos.

Productos significativos y resultados

- La producción de Informativos, revistas y programas.
- La transmisión de eventos de carácter informativo como Demanda del Silala, Demanda Marítima, Intervención de autoridades en ONU, OEA.
- Difusión de resultados de boca de urna y resultados preliminares inmediatos con las transmisiones en las distintas Elecciones.
- Transmisiones de las Entradas Folklóricas.
- Educación y concientización sobre el cuidado de la Madre Tierra, con la emisión de programas como Lado Verde, Morada Azul, Voces de Acero, entre otros.
- Con el programa Nosotrans se integró al colectivo LGBT, promoviendo la inclusión de este colectivo a la sociedad. En este programa fue una ventana del colectivo, aquí podían mostrar avances, orientar y educar a la comunidad sobre los temas relacionados con ese sector de la población.

- En época de Pandemia se informó, educó y concientizó a la población sobre las medidas de bioseguridad que se deben aplicar y cumplir estrictamente para evitar la propagación del virus, esto mediante entrevistas, cápsulas informativas y mensajes durante toda la programación.

ÁREA II

RENOVAR LA ESTRUCTURA TELEVISIVA DE LA REVISTA “DESPIERTA PAÍS”, EMITIDA POR ABYA YALA TELEVISIÓN, PARA MEJORAR EL CONTENIDO Y FIDELIZAR LA AUDIENCIA

2. INTRODUCCIÓN

La presente Memoria se basa en la revista Despierta País, emitida por Abya Yala Televisión de lunes a viernes de 6:30 a 9:00, a nivel nacional. Este es un Canal privado dependiente de la Fundación Abya Yala Bolivia, la central de este medio de comunicación se encuentra en La Paz, Calle Díaz Villamil N° 5206 esquina calle 6 de Obrajes.

Este trabajo se desarrolla en el marco de la modalidad de titulación PETAENG de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés. Se toma como referente de estudio el período del mes de octubre a diciembre 2020.

El trabajo académico se realizó con el fin de plasmar lo aprendido en los años de formación académica y la experiencia profesional adquirida en televisión, se pretende ofrecer una estructura televisiva diferente para mejorar los contenidos y la organización en la puesta al aire de la revista ya antes mencionada.

Actualmente, mi persona cumple actividades laborales en el canal Abya Yala, desarrollando la producción del programa televisivo, donde se identificó la necesidad de modificar la estructura, la escaleta televisiva y realizar la implementación de sectores de la revista; además de mejorar el contenido tanto en las entrevistas que se realizan, como en los despachos de Unidades Móviles, por otro lado es importante implementar una pauta para poder organizar mejor los sectores y los tiempos de la revista.

El beneficio con la implementación de una nueva estructura de sectores y de una escaleta renovada e innovadora, se refleja en el eficiente trabajo del personal operativo de la revista, de los presentadores y principalmente los cambios son más evidentes para los televidentes, ya que con una nueva escaleta se ofrece mayor contenido informativo, de distracción, de educación y de mayor participación del público.

Por otro lado, la implementación de medios digitales, permite mayor participación del público fortaleciendo sectores de apoyo a la ciudadanía. Fortalece el sector de información incrementando y seleccionando los despachos de los periodistas. Además, los diferentes sectores se vigorizaron con especialistas en varios rubros para resolver consultas de la audiencia en sus respectivas áreas.

La presente Memoria Laboral será de gran utilidad puesto que la renovación que se realizó a la estructura, sectores y contenido de la revista DESPIERTA PAÍS podrán ser aplicadas a otros programas, siendo la memoria una guía base para poder mejorar programas de televisión de similares características.

2.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Inicialmente se creó la revista **Despierta País** pensando en que sea una miscelánea informativa, una revista que logré informar, orientar, entretener y educar. Con el paso del tiempo, la revista se volvió monótona, ya que poco a poco se redujeron los sectores que tenía al inicio a muy pocos.

De acuerdo con el ejercicio laboral realizado en la Revista y sobre la base de la experiencia profesional, se identificó a través de la observación directa, que los sectores que tenía la revista eran demasiado largos; saludo de quince minutos, entrevistas de media hora, unidades móviles de veinte minutos. No se lograba hacer contactos con otros departamentos del país, los despachos con los que se contaba eran sólo con la ciudad de El Alto y la ciudad de La Paz, con los cuales sí había posibilidad de enlazar para que se realicen los despachos informativos.

Las notas con las que se sostenía la revista eran muchas, lo cual derivó en que la revista fuese casi una repetición del informativo de la noche anterior. No existía actualización de la información.

Por otro lado, la revista no contaba con una escaleta adecuada para mantener un orden y controlar la duración de los sectores, entrevistas y segmentos. Todas estas falencias se mostraban al exponer al aire una revista poco competitiva, tomando en cuenta que en ese horario el resto de los canales presentan también revistas informativas muy competitivas y con una buena audiencia.

2.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ausencia de sectores que logren captar el público heterogéneo al que se dirige la revista Despierta País y la falta de una escaleta adecuada para mantener un orden y control en la duración de los segmentos y entrevistas.

2.3. JUSTIFICACIÓN

Identificando estos problemas fue necesario replantear la estructura de la revista Despierta País, esta reestructuración permitió situarla como una revista competitiva, mejorando el rating de audiencia, e incrementó el número de seguidores. El desarrollo de estos cambios se justifica desde las siguientes perspectivas: social, académica, práctica y metodológica como se describe a continuación:

2.3.1 JUSTIFICACIÓN SOCIAL

Una de las funciones que tenemos como comunicadores sociales es coadyuvar en la mejora de los sistemas comunicacionales, ya sea de empresas o instituciones. En este caso es necesario mejorar la estrategia comunicacional de la revista Despierta País, para ello se debió incluir nuevos sectores en la revista, creando espacios para cada uno de los requerimientos que tenían los

televidentes, es decir implementar sectores que brinden información para todos los telespectadores. Tomando en cuenta que es dirigido a un grupo heterogéneo, existió la posibilidad de incluir sectores para todas las edades y sus exigencias.

Una nueva estructura permitió incrementar el número de despachos desde el interior del país. Los periodistas realizaban despachos al vivo, logrando tener así una cobertura informativa más amplia de sus regiones, consiguiendo así captar la fidelidad de televidentes de los departamentos desde los que se realicen despachos, porque se refleja la información de las diferentes regiones.

Todos estos cambios permitieron lograr poner al aire una revista competitiva, se optimizaron las características que debe poseer un programa televisivo dirigido a un público heterogéneo, además de tener cobertura en todo el país para que los televidentes puedan ser beneficiados con información actual, entretenimiento y educación.

2.3.2. JUSTIFICACIÓN ACADÉMICA

Aplicación de los conocimientos adquiridos en los años de formación académica en materias como:

- ❖ Taller de Televisión
- ❖ Lenguaje de la Imagen
- ❖ Redacción
- ❖ Lenguaje
- ❖ Prensa
- ❖ Teoría de la Información
- ❖ Diseño Gráfico
- ❖ Publicidad
- ❖ Fotografía, entre otros.

Puse en práctica los conocimientos adquiridos en la formación académica en la Carrera de Comunicación Social y reformulé los contenidos competitivos en la revista, vale decir, se propone a los televidentes sectores producidos con características propias y direccionados al público específico al cual se pretendió llegar, haciendo énfasis a un óptimo manejo del lenguaje de la imagen.

Para lograr un orden y control sobre la duración de los segmentos se realizó una pauta adecuada para lograr este fin, así se determina el tiempo que cada sector debe durar evitando que sean tediosos y pesados.

2.3.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El trabajo permitirá a estudiantes o académicos conocer las competencias y necesidades de las rutinas de producción de una revista informativa. Brindará al investigador material de análisis sobre los procedimientos y necesidades para la producción de este tipo de programas televisivos.

2.3.4. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

La investigación tiene un enfoque cualitativo, porque para obtener información se realizaron entrevistas en profundidad, se realizó observación directa y se utilizaron otras técnicas cualitativas que permitieron analizar, organizar la información.

Por tal razón, la propuesta de un programa de televisión responde a una investigación cualitativa, ya que los instrumentos utilizados como la encuesta cerrada y la propuesta televisiva son un ejemplo del tipo de información utilizada en la investigación, lo que permite que el medio de comunicación llegue a un público interesado por el tipo de contenido.

2.4. SISTEMATIZACIÓN REVISTA INFORMATIVA DESPIERTA PAÍS

2.4.1. DELIMITACIÓN DEL TEMA

2.4.1.1. EXPERIENCIA LABORAL QUE SE SISTEMATIZA

En la presente investigación, el objeto de estudio se centra en la sistematización de la implementación de una estructura adecuada para mejorar el contenido y puesta al aire de la revista Despierta País, emitida por Abya Yala Televisión, para fidelizar a la audiencia.

La experiencia laboral que se sistematizó, está enmarcada en el período entre octubre a diciembre de 2020.

2.4.1.2. INICIO DE LA REVISTA

La revista Despierta País empezó a emitirse en enero de 2020. Se planificó, elaboró y colocó al aire con el propósito de ser referente informativo a primera hora de la mañana, además de educar y entretener con sectores con los que se pensó para la misma.

Se diseñó una estructura televisiva capaz de tener despachos con periodistas de varios departamentos, llegar a todo o gran parte del país con información regional actual; además, se planteó una escaleta con varios sectores pensados en el público heterogéneo con el que se cuenta, sectores que debe estar planificados para satisfacer todas las expectativas que pudieran tener los televidentes.

2.4.1.3. CRONOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE LA REVISTA

Para poder estructurar la revista Despierta País se siguieron varios pasos:

- ❖ Reunión diaria de planificación.
- ❖ Plan de trabajo grupal (Presentadores, editor, productora - coordinadora).
- ❖ Grabación de cápsulas informativas.
- ❖ Elaboración de agenda de invitados.
- ❖ Monitoreo de los diferentes medios de comunicación.
- ❖ Recopilación de información (Precios mercados, agenda cultural, consejos).
- ❖ Coordinación de profesionales para sectores diarios.
- ❖ Elaboración de avances.

2.5. OBJETIVOS

2.5.1. OBJETIVO GENERAL

Sistematizar la implementación de una estructura adecuada para mejorar el contenido y puesta al aire de la revista Despierta País, emitida por Abya Yala Televisión, para fidelizar a la audiencia.

2.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❖ Describir la actividad laboral realizada como profesional en Comunicación Social. Explicar los procesos de planificación, producción y difusión de la revista.
- ❖ Describir la estructura y sectores específicos de la revista Despierta País y cada segmento de televidentes que sintonizan la revista.
- ❖ Describir la escaleta propuesta realizada en la experiencia laboral en la revista Despierta País.
- ❖ Analizar los aspectos positivos y negativos de la implementación de la estructura de la revista Despierta País.

GRÁFICO N° 1: PRODUCTO SISTEMATIZADO

PRODUCTO:	Revista Informativa DESPIERTA PAÍS
OBJETIVO:	Sistematizar la estructura de la revista Despierta País, para mejorar su contenido y la puesta al aire.
PROBLEMA:	Ausencia de sectores de interés para el televidente y puesta al aire caótica
JUSTIFICACIÓN:	Social, Académica, Práctica y Metodológica
DIFUSIÓN:	Nacional e Internacional (Mediante RR.SS.)
PÚBLICO:	Heterogéneo
FECHA INICIO:	Enero 2020
FECHA SISTEMATIZADA:	De octubre a diciembre de 2020
ESTRATEGIA:	Desarrollar capacidades del profesional en comunicación para producir una revista competitiva y una puesta al aire ordenada y controlada
RESULTADO:	Con la renovación de la estructura televisiva de la revista Despierta País se busca posesionarla como un referente comunicacional informativo.

FUENTE: Elaboración propia

2.6. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.6.1. COMUNICACIÓN

Torrico (2010), nos dice que la comunicación “Es un elemento estructural de la sociedad. La comunicación es inherentemente social, puesto que implica una relación entre siquiera dos sujetos que exteriorizan mediante codificaciones simbólicas su predisposición para interactuar” (p.15).

Novoa (1980) dice que “En principio podemos partir de un enunciado general: en toda relación entre personas se transmiten, reciben e intercambian mensajes; el cómo y el para qué se hace esto, y los efectos que produce, trata de lo que es la comunicación” (p.3).

Berlo, (1984) afirma que

La determinación del propósito del comunicador debe formularse en los siguientes términos: a quién trató de afectar el comunicador y en qué forma. Toda conducta de comunicación tiene por objeto producir una determinada respuesta por parte de una determinada persona o grupo de personas. (p.9)

La comunicación es un proceso de interacción social que consiste en el intercambio de mensajes entre dos o más personas por lo cual los seres humanos voluntariamente transmiten o reciben información. Por tanto, la comunicación es un proceso inherente a las relaciones humanas en el cual se transmiten y reciben datos, ideas, opiniones a través de un medio y un código específico que puede ser codificado por el emisor.

2.6.1.1. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

David Berlo define la comunicación como un proceso bidireccional es decir donde dos o más personas intercambian mensajes.

Berlo citado por Novoa (1980) afirma

La comunicación humana tiene alguna fuente, es decir alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. Una vez dada la fuente, con sus ideas, necesidades, intenciones, información, y un propósito por el cual comunicarse. El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de mensaje. En la comunicación humana toda conducta física, como traducir ideas, propósito e intenciones expresadas de símbolos constituyen un mensaje. (p.4)

David Berlo (1984) realizó un análisis de los modelos comunicacionales de Schannon y Weaver y propuso un modelo sobre el proceso de la comunicación humana compuesto por:

- La fuente encodificador
- El mensaje
- El canal
- El decodificador

❖ **Fuente - Encodificador:** Es la persona o grupo de personas con un propósito definido (razón para ponerse en comunicación). Una fuente de comunicación, después de determinar la forma en que desea afectar a su receptor encodifica un mensaje destinado a producir la respuesta esperada.

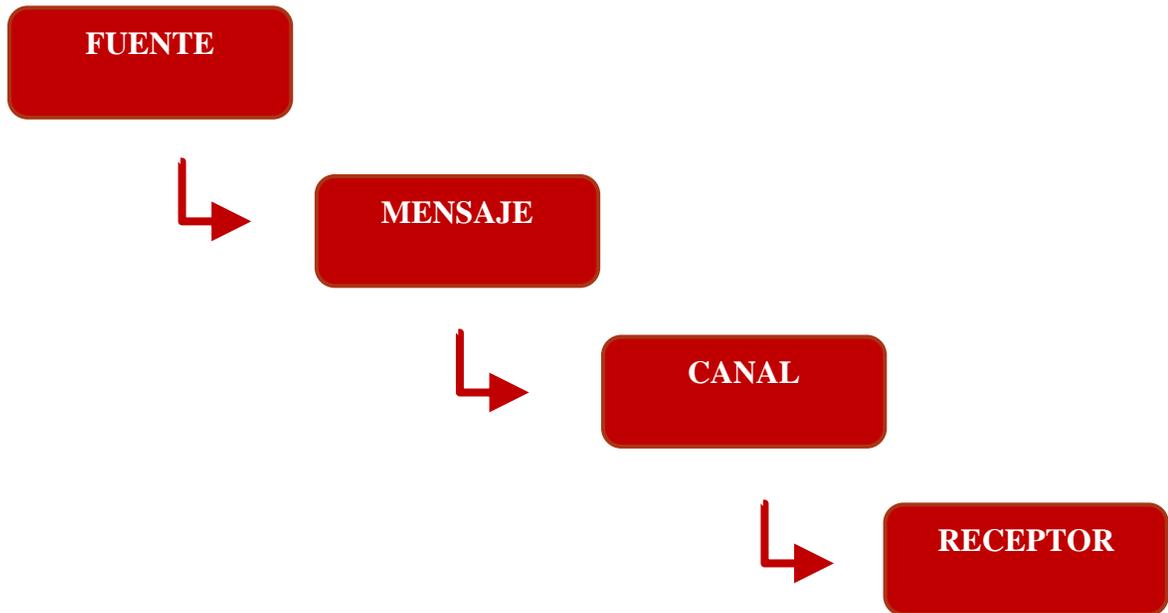
❖ **Mensaje:** Es el producto físico verdadero del emisor encodificador. En éste hay por lo menos tres factores que tienen que ser tomados en consideración:

- Al hablar de código
- Contenido
- La forma en que es tratado el mensaje.

❖ **Canal:** Es un medio, un portador de mensajes o sea un conducto.

❖ **Receptor - Decodificador:** Es el conjunto de facultades sensoriales del receptor (los sentidos pueden ser considerados como el descifrador de códigos. Entre las principales formas de decodificación verbal del receptor se encuentran: leer y escuchar). Al decodificador se le asigna la función de retraducir, decodificar el mensaje y darle forma para que se utilice por el receptor. (p.31)

GRÁFICO N° 2: MODELO COMUNICACIONAL DE BERLO TRAS ANÁLISIS DE MODELOS COMUNICACIONALES DE SCHANNON Y WEAVER



FUENTE: BERLO

2.6.1.2. PROPÓSITOS DE LA COMUNICACIÓN

Berlo (1984) afirma:

La meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista. Este tipo de enfoque del propósito comunicativo siguió siendo popular hasta la segunda mitad del siglo XVIII, aun cuando el énfasis ya no se pusiera sobre los métodos de persuasión, sino en crear buenas imágenes del orador. (p.4)

Por tanto, en la interacción entre un emisor y un receptor se aplican los propósitos de la comunicación. Dado que los mensajes se conciben con un propósito comunicativo entre ellos informar, entretener o persuadir a una persona o público específico.

2.6.2. LA TELEVISIÓN

La imagen de la televisión, cuando empezó a desarrollarse en los años 20, era en blanco y negro con un modelo alto y grueso; en los años 50 en algunos países desarrollados se comenzaron a realizar transmisiones a color. A partir de 1980, se empezó a desarrollar la televisión digital y en 1990 se empezó a desarrollar la televisión de alta definición, a partir de este año se fue perfeccionando en varios países ya que el aparato eléctrico tenía control remoto. Ahora en la actualidad su forma ha cambiado: es de pantalla plana, versátil, cómoda y la persona puede observar programas de televisión de diferentes países del mundo.

La televisión que popularmente se lo conoce en nuestra sociedad como “la tele”; “es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas Hertzianas o por redes especializadas de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor”. “La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión)”. El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV. Este término fue utilizado por primera vez en 1900 por Constantin Perski en el Congreso Internacional de Electricidad de París.

Convenio Andrés Bello (2002), se dice que:

Es un proceso comunicativo que significa y promueve sentido en el horizonte de la cultura. En esa pantalla se reflejan las maneras de sentir, pensar e imaginar de una sociedad. Por eso cuando se analizan procesos de audiencia, lo cultural es una mediación fundamental para comprender los procesos e interpretaciones que se generan en el acto de ver televisión. Es más, como tendencia globalizada, la televisión de inscripción cultural cercana se prefiere a aquella que tiene como lugar de reflexión uno más lejano: la televisión local se ve más que la cultura-mundo” (p.10).

En la televisión también podemos decir que es lo que el ser humano proyecta lo que ve desde su punto de vista razonable, piensa ya sea para mal o para bien. Muchas veces el hombre tiene una tendencia a madurar pues si se capta bien el mensaje es la forma como ellos actúan teniendo su propio estilo y cultura, es donde se dan cuenta que ellos también quieren imitar lo que observan en la televisión y en esta época es muy alarmante, para ganar más espacios emiten programas que contienen mucha violencia.

La televisión a nivel mundial, por ser el medio de comunicación que más espacio ha ganado entre todos los demás, ha sido también el más afectado, mucho se lo critica por sus fuertes contenidos y es por eso que la televisión debe tener emisiones educativas, saber informar al público, guiar a los niños, jóvenes y adultos para que no caigan en la tentación de imitar programas de fuerte contenido, así mismo saber utilizar un lenguaje apropiado, sin el uso de malas palabras y evitando contenido racista o discriminatorio.

La televisión es el medio de comunicación masivo más influyente en relación a la prensa, la radio y el internet. Desde sus inicios fue percibida como un medio de información, entretenimiento, educativo o como aparato de control del poder hegemónico, dependiendo la perspectiva teórica con la que se aborda su estudio.

2.6.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LA TELEVISIÓN

Shirley Biagi establece tres puntos importantes acerca de la sociedad y la televisión:

- a.** La televisión posee la peculiaridad de presentar estímulos visuales y auditivos, por ello es un medio sumamente eficaz en comparación con los demás medios de comunicación social.
- b.** La televisión se impone sobre otros medios y deja atrás al cine, por penetrar en la vida diaria del hogar y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier hombre de nuestra época, la televisión está en el hogar, sólo se necesita encenderla.

- c. La televisión ejerce un gran atractivo y ha desplazado, en gran medida, en cuanto a preferencia de público a los demás medios. La televisión pone en juego varias motivaciones que son aprovechadas por quienes la utilizan para la venta de productos, así como para la implantación de ideas políticas. el público no necesita de una determinada edad para ver la televisión. (Biagi, 2009, p.83).

2.6.3. ¿QUÉ ES UNA REVISTA INFORMATIVA O MAGAZINE?

La Revista Informativa es una guía de lo que acontece en el mundo de la información. Tenemos que responder a esa idea. Es un vehículo de comunicación que actualiza, instruye, educa, entretiene. Son espacios televisivos caracterizados por presentar diversos temas sin tener necesariamente conexión entre sí, generalmente intercalados por presentaciones artísticas.

Estos programas también son denominados “Programas ómnibus” (Barroso, 1996), debido a que en ellos se pueden incluir noticias, reportajes, entrevistas, espacios educativos y actuaciones artísticas. Cabe destacar que el magazine busca aproximarse a la actualidad, sin llegar a ser un espacio periodístico. (p.1).

El contenido de la revista Despierta País está exactamente basado en estos conceptos. Busca además de informar, educar y entretener mediante una variedad de temas en cada emisión.

Este medio, crea los géneros televisivos como “fórmulas de rentabilidad... o mercancías audiovisuales susceptibles de competir en los índices de audiencias” según explica el periodista Guzmán Urrero. (2008). Para hacer posible la transmisión de estas “mercancías audiovisuales” o programas fue necesario que la televisión, como medio, encontrará patrocinios publicitarios de productos que se correspondieran con el público al cual están dirigidos esos programas.

La fórmula de la revista con presentaciones musicales, entrevistas, concursos y otros temas, tuvo éxito desde sus inicios gracias a que estaba dirigido a una audiencia mayoritaria, sin distinción

de niveles socio-económicos, académicos y/o culturales. Asimismo, gran parte de esta audiencia está representada por amas de casa que encuentran en estas emisiones matutinas contenidos que pueden ser útiles y entretenidos, aunque en el último año esta categorización de la audiencia sufrió un cambio por efecto de la pandemia y la modificación de los horarios laborales y educativos.

Por otra parte, resulta un factor clave en la continuidad de estos espacios en el mercado, la presencia de personalidades atractivas y con popularidad como presentador o presentadores, que sean capaces de conectarse con el público y lograr una identificación con el mismo.

Otro factor determinante en las Revistas Televisivas es la presencia de concursos sencillos de preguntas y respuestas que no necesitan gran nivel intelectual para participar de ellos. Destaco que, por efecto también de la pandemia, se pueden desarrollar otros sectores en beneficio de los televidentes, como por ejemplo el sector de la oferta laboral que se simplificó con el uso de las redes sociales.

Varios sectores muy importantes para la continuidad al aire de la revista son aquellos en los que el televidente participa, ya sea dando su opinión de algún tema en particular, haciendo una consulta, mandando saludos o simplemente saludando, haciéndose de esta manera parte de la revista.

2.6.3.1. ¿CÓMO NACE LA REVISTA O MAGAZINE?

El origen de la revista o magazine se remonta a los años cuarenta y tiene una clara procedencia de las revistas radiofónicas de antes de la Segunda Guerra Mundial. Para entender el inicio del Magazine, en primer lugar, se debe postular la idea de que “La televisión está incluida en las industrias culturales en la medida en que su funcionamiento está dirigido por unos criterios más industriales y comerciales que culturales” (Mattelart, 1981), además de convertirse en el medio de comunicación de masas por excelencia. (p.12).

Este medio, crea los géneros televisivos como “fórmulas de rentabilidad... o mercancías audiovisuales susceptibles de competir en los índices de audiencias” según explica el periodista Guzmán Urrero. (2008) Para hacer posible la transmisión de estas “mercancías audiovisuales” o programas fue necesario que la televisión, como medio, encontrará patrocinios publicitarios de productos que se correspondieran con el público al cual están dirigidos esos programas. La fórmula del Magazine con presentaciones musicales, entrevistas, concursos y otros temas, tuvo éxito desde sus inicios gracias a que estaba dirigido a una audiencia mayoritaria, sin distinción de niveles socio-económicos, académicos y/o culturales. Asimismo, gran parte de esta audiencia está representada por amas de casa que encuentran en estas emisiones matutinas contenidos que pueden ser útiles y entretenidos. Por otra parte, resulta un factor clave en la continuidad de estos espacios en el mercado, la presencia de personalidades atractivas y con popularidad como presentador o presentadores, que sean capaces de conectarse con el público y lograr una identificación con el mismo. Otro factor determinante en las Revistas Informativas Televisivas es la presencia de concursos sencillos de preguntas y respuestas que no necesitan nivel intelectual alguno, ya que se basan en temas de la vida cotidiana y la farándula.

Por todo lo anteriormente expuesto, concluimos que la combinación de patrocinantes que costearan la producción y transmisión de estos espacios; más un proyecto audiovisual que por sus variadas secciones y lenguaje simple está dirigido a una población numerosa; y, por lo tanto, la obtención de un alto rating, reflejó un formato que cumplía con todas las necesidades de las televisoras y los televidentes.

2.6.3.2. ESTRUCTURA DE REVISTA INFORMATIVA

Debido a su naturaleza de contenidos variados, el magazine está constituido por una serie de secciones que abarcan tópicos como cocina, entrevistas a personalidades, sketches humorísticos, concursos, actuaciones musicales, tips de salud, moda y manualidades, entre otros. Estos segmentos pueden ser pregrabados o en vivo, tanto en estudio como en exteriores. Esta diversidad de bloques temáticos independientes son los que hacen del Magazine un formato de duración prolongada y que generalmente son transmitidos en horario matutino para de esta manera

captar la atención del público al cual está dirigido. Asimismo, es importante mencionar los elementos que determinan la estructura de este tipo de programas según Jaime Barroso (1996).

- ❖ El presentador, que puede ser una persona o una pareja que goza de popularidad en el medio artístico y cuya tarea es dar unidad a los diferentes contenidos que conforman el programa.
- ❖ Los invitados, que suelen ser artistas, intelectuales, artesanos o especialistas en un área determinada, intervienen a través de entrevistas o como participantes en la dinámica del programa.
- ❖ Las actuaciones artísticas como grupos musicales, actuaciones humorísticas, coreografías, magias y piezas dramáticas breves.
- ❖ Alto despliegue de recursos técnicos como cámaras, grúas, steadycam, iluminación y sonido.
- ❖ El público en el set de grabación, factor esencial en este estilo de programas ya que reafirma el contacto directo con el público a través de intervenciones durante todo el programa.
- ❖ Los puentes, representan la conexión entre los segmentos o bloques, están a cargo del presentador y le dan fluidez y armonía al programa.
- ❖ El grafismo y las animaciones, los cuales constituyen un elemento de significación, pues agregan dinamismo a través de frecuentes movimientos de cámara, escenografías muy elaboradas, iluminación con colores impactantes, vestuario moderno, efectos de imagen y animaciones computarizadas como los generadores de caracteres.

- ❖ El televidente constituye un elemento fundamental en tanto se mantenga en audiencia hasta el final del programa, para lo cual se despliegan un sinnúmero de recursos basados en premios, contactos telefónicos y concursos a través de mensajería de texto entre otros.

2.6.4. CARACTERÍSTICAS DE REVISTAS INFORMATIVAS

2.6.4.1. GÉNEROS PERIODÍSTICOS QUE CONTIENE UNA REVISTA INFORMATIVA TELEVISIVA

El género periodístico se puede definir como el soporte técnico utilizado por el emisor para transmitir un mensaje a la audiencia. En la Revista Informativa podemos observar los siguientes géneros informativos: noticia, reportaje, crónica, entrevista, información deportiva.

2.6.4.1.1. LA NOTICIA

Gordillo (2009) afirma que

Concierne al relato informativo de un determinado hecho sucedido en la realidad. Los mecanismos narrativos puestos en juego poseen un carácter peculiar. La organización interna, por ejemplo, responde a criterios de importancia decreciente, siguiendo la estructura de la pirámide invertida: primero el clímax, seguido de las causas y finalizando con los efectos y consecuencias. Esta elección estructural separa a la noticia del relato ficcional, donde la demora del desenlace suele ser lo más habitual.

A pesar de la brevedad de su formato (frente a fórmulas más amplias como la del reportaje), su configuración es la de un discurso narrativo donde el suspense recae en los elementos y datos que conducen al desenlace presentado y conocido desde el principio. (p.48)

2.6.4.1.2. LA NOTICIA-REPORTAJE

Gordillo (2009) afirma que

Si en los informativos diarios las limitaciones del formato impiden desarrollar suficientemente la mayoría de los acontecimientos, la noticia-reportaje responde a la necesidad de ampliar los datos de algún hecho importante. Resulta entonces una fórmula más elaborada y extensa que la noticia que se encuentra habitualmente en los telediarios, ya que se añadirán elementos contextuales, declaraciones de protagonistas o de expertos en el tema y datos informativos relacionados. (p.48)

Los elementos formales de la noticia-reportaje corresponden a recursos relacionados con el reportaje neutro, una fórmula que busca la mayor objetividad posible, a pesar del carácter polifónico. De hecho, se disimula la presencia del anunciador eludiendo la opinión de éste, para ponerla en boca de los protagonistas, testigos o expertos. En la neotelevisión, sin embargo, también empezaron a utilizarse los métodos del reportaje implicado, "propiciando la presencia e identificación del periodista-reportero (en una tendencia a la vedetización) y de la peripecia de la indagación e investigación de la noticia; además de imágenes espectaculares, efectos visuales, reconstrucciones dramatizadas, etc." (Barroso, 1991, 890-1).

La noticia-reportaje suele formar parte de programas diversos como magazines, late shows, programas de debates, etcétera. También posee una destacada presencia en los informativos diarios, ya que ocupará el preponderante lugar de la noticia de portada (noticia principal y destacada en cada jornada informativa). (Gordillo, 2009, p.49)

2.6.4.1.3. LA CRÓNICA

Gordillo (2009) afirma que

Es el relato informativo de unos acontecimientos concretos que un corresponsal, un enviado especial o un redactor, elabora desde el lugar de los hechos. Por lo tanto, la enunciación de la noticia se relaciona directamente con el lugar exacto o aproximado en el que ha sucedido.

El tiempo y el espacio del acontecimiento real se ponen en relación directa con el espacio y el tiempo del relato de los hechos: el periodista, por un lado, subraya esa relación mediante adverbios de lugar ("aquí mismo, "justo detrás"). Y por otro, en la crónica, existe una particularidad de carácter temporal: aunque se realiza en presente, el relato de los hechos se pone en relación con el momento en que se sucedieron. (p.50)

2.6.4.1.4. LA ENTREVISTA

Gordillo (2009) afirma que

A través de una indagación tomando como base la utilización de preguntas, un presentador/periodista se acerca a alguna persona relacionada con la actualidad, la cultura, la política, el deporte o cualquier aspecto que la convierta en relevante. Consigue constituir un programa independiente por sí mismo, aunque también puede ser una sección más o menos autónoma dentro de un programa con distintas unidades (noticiero, magacín, late shows, talk shows, etcétera). Puede ofrecer periodicidad diaria o semanal y es frecuente que su ámbito de producción y recepción sea local o nacional. (p.52)

2.6.4.1.5. LA INFORMACIÓN DEPORTIVA

Gordillo (2009) afirma que

El deporte en televisión es un tipo de contenido que posee una presencia importante, atractiva para la audiencia y muy apropiada para su emisión a través del medio.

La información deportiva reviste de especiales rasgos dentro de los programas informativos de televisión. En primer lugar, hay que reseñar que este tipo de información compone el argumento de numerosos informativos temáticos, centrados en un deporte en concreto, generalmente el fútbol, o bien un conjunto de deportes a partir de las competiciones habituales o especiales.

Además, dentro de los noticiarios de televisión, la información deportiva se separa del resto de las noticias por algunos elementos formales:

- ❖ Aparece en un lugar fijo del noticiario, generalmente en el bloque final de información,
- ❖ Suele tener presentadores que comparten el plató con los principales, pero que son distintos a ellos
- ❖ Y en muchas ocasiones la actitud de los presentadores de la sección deportiva en el noticiario es mucho más relajada y lúdica que la de los demás presentadores que intervienen en el noticiario. (p.80)

2.7. PRODUCCIÓN TELEVISIVA

El vocablo Producción, etimológicamente hablando, está conformado por dos componentes. “El primero pro significa hacia adelante o bien, la noción de algo dividido en distintos períodos, unos antecediendo a otros, organizados. El segundo duce, duces, ducere significa dirección o conducción.” (Hornelas, 2005, p.2).

Para realizar cualquier programa televisivo, incluso un Magazine, es necesario llevar a cabo las diversas fases del proceso de producción. El proceso general de Producción puede definirse

como “el conjunto de las operaciones que conducen a la realización de un programa televisivo.” (Solarino, 2000, p. 291).

“La producción televisiva no se realiza sin planificación, sino que es el resultado de un proceso arduo y metódico que implica una serie de tareas antes, durante y después de su realización en estudio o en locación” (Rivera 2014: p. 17). Producir, significa buscar que una idea que vale la pena sea presentada de una manera efectiva en el medio de comunicación de la televisión.

Todos los autores expertos en el área de televisión coinciden en identificar, dentro del proceso de producción, tres fases vitales para la elaboración exitosa de un espacio televisivo. Estas fases son la Pre-Producción, la Producción y la Post-Producción.

2.7.1. PRE-PRODUCCIÓN

En la preparación de un programa ocurren dos fases principales, la primera consiste en, enumerar todas las acciones para transformar la idea de la escaleta. “El productor está principalmente involucrado en la planeación que se efectúa durante la preproducción y su coordinación. En la segunda fase cada productor decide si se hace cargo de todos los detalles de la producción para trasladar la idea principal y las actividades reales con precisión y eficiencia” (Zettl, 2009: p. 410).

Al momento de realizar la escaleta se debe hacer una propuesta clara del programa para tener los temas, invitados y contenidos necesarios bien definitivos a desarrollar, que se orientarán tanto por el público objetivo, como por el tipo de contenido a ser expuesto, para luego proceder a la coordinación y estructuración de la escaleta.

Para definir estos temas que se desarrollarán en la revista es necesario tener claros los temas de coyuntura, puesto que al ser una revista informativa es vital tratar temas coyunturales con los especialistas respectivos para cada tema, además de poder hacer que el televidente participe haciendo sus consultas ya sea por contacto telefónico o consultas vía redes sociales.

2.7.1.1. ELABORACIÓN DE ESCALETA

La escaleta de televisión es en esencia utilizada para evitar errores en la producción y emisión de un programa. Se realiza para seguir un orden cronológico en el desarrollo del programa que se emite y para el que es realizado, es decir, la escaleta es un documento operativo para realizar un programa. Es una guía que cruza todos los momentos de la producción de un programa. Es un mapa para la grabación, edición y puesta en pantalla del programa.

La escaleta es también conocida como guion de secuencia, admite la improvisación de los conductores o entrevistas que se desarrollan en el programa, este tipo de guion admite cambios de forma impredecible. Por otro lado, la escaleta puede decidir el orden de los personajes, el contenido que se preguntará e incluso eliminar temas que no son de mucha importancia; además, incluye las indicaciones de entrada y salida de diferentes producciones.

Se llama escaleta o guion técnico a un boceto, lista o minuta donde los productores escriben en orden, los pasos, segmentos o secciones que componen un programa. La escaleta se escribe, sobre todo, cuando los programas son sencillos, de fácil elaboración y el técnico tiene un conocimiento general de la pauta del programa. (Trigueros. 2013. p.28).

La escaleta se entrega a los conductores, al personal de operaciones (Realizador, Sonidista, Operador de Play Out y Operador de Generador de Caracteres), además la Productora tiene también una copia para poder coordinar con todo el personal anteriormente mencionado. Todos deben seguir el orden de la escaleta para que se haga por ejemplo una buena musicalización dependiendo del tema a tratar en un segmento específico, además de saber que imágenes de apoyo deben acompañar ese sector y los sellos que deben ir en ese momento.

Es muy importante revisar detenidamente todo el proceso de producción al finalizar cada programa, para afianzar aquellas actividades realizadas con éxito y corregir las falencias para futuras emisiones del programa, también identificar las debilidades encontradas y subsanarlas. Esta

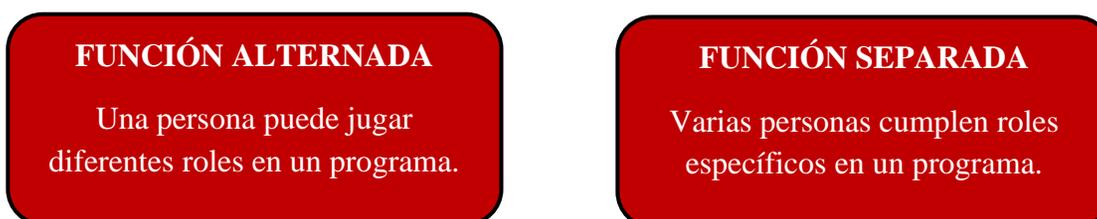
tarea se la realizará al finalizar cada programa, para optimizar los contenidos del programa del día siguiente.

2.7.2. PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA

Para realizar un programa de televisión, se deben de ejecutar ciertos procesos claves para lograr un contenido de calidad. Existen dos tipos de funciones que se pueden llevar a cabo en la producción de un programa:

- ❖ **FUNCIÓN ALTERNADA:** Cuando el programa no requiere demasiado personal para llevar a cabo las acciones de su grabación, y una persona puede jugar diferentes roles en un programa. Es decir, un director cumple la función de realizador, al mismo tiempo, el productor supervisa las operaciones llevadas a cabo en el estudio.
- ❖ **FUNCIÓN SEPARADA:** Si el programa posee la atención muy compleja, el productor, realizador y director, son personas distintas. En donde existen áreas de operación como: promoción, gestión de trabajo, y en ocasiones, coordinación artística. “Lo que el televidente ve en su casa depende de la organización que haya logrado el equipo técnico de televisión. Cuanto más coordinado, menos distracción habrá en el televidente, menos jump-cuts (brincos de tomas en vivo), menos desenfoques y menos discrepancias entre palabras e imágenes” (Hers. 1998. p.15).

GRÁFICO N° 3: FUNCIONES EN PRODUCCIÓN TELEVISIVA



FUENTE: Carl Hers

El objetivo es poder trabajar de la manera más eficaz y con el mayor provecho de elementos de la producción, en las diferentes áreas de trabajo, es por eso que en la revista Despierta País se utiliza la función alternada, puesto que no se cuenta con mucho personal para poder realizar esta producción.

La producción es la realización de la escaleta con todos los elementos necesarios tanto de personal: conductores, periodistas, equipo de operaciones y de escenografía entre formas de iluminación y cámaras a utilizar.

El programa de televisión se realizó en estudio como en exteriores, debiendo contar con conductores dinámicos que puedan ser creativos al momento de interactuar con la cámara; además se dio mucho énfasis a tocar temas de interés para los televidentes ya sea con entrevistados en set como con los contactos que se realizan con las Unidades Móviles.

En el caso de la revista Despierta País realizo la función alternada por las múltiples funciones que cumplo, entre ellas Productora, Coordinadora, Jefe de Piso y asistente.

2.7.3. POST-PRODUCCIÓN

La Post-Producción representa la tercera y última fase de elaboración del programa. Esta etapa implica, en su mayor parte, el trabajo de edición y video. Las diversas secciones de la revista que fueron grabadas deberán, en esta etapa, finalizarse en orden para asegurar la calidad de imagen, audio y efectos que implica la postproducción como su nombre lo indica.

Según la descripción de Zettl (2009) el productor destaca como funciones primordiales la supervisión de la gente y las instalaciones conforme al calendario. Se debe respetar el cronograma que se hace para que los conductores hagan sus notas. Una vez que realizan la grabación de la nota o sector en exteriores recién pasa a la post-producción, donde se hace un trabajo fino de efectos y correcciones para emitir notas bien hechas.

2.8. MARCO INSTITUCIONAL

El Canal Abya Yala inicia transmisiones en octubre del año 2013, con una red de cobertura que incluía los departamentos de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz y Oruro.

Posteriormente se hicieron alianzas con otros medios para cubrir los demás departamentos del país. Más adelante, se contrató los servicios del satélite Túpac Katari para tener cobertura nacional e internacional.

2.8.1. IDENTIDAD INSTITUCIONAL



Fuente: Abya Yala Televisión (2021)

*Toda la información institucional referida a Abya Yala Tv. fue tomada de “Manual de Estilo – Abya Yala Tv. Módulo 1” noviembre 2018

2.8.2. ORGANIGRAMA INSTITUCIONAL

GRÁFICO N° 4: ORGANIGRAMA ABYA YALA TELEVISIÓN



Fuente: Elaboración propia

2.8.3. MISIÓN INSTITUCIONAL

Abya Yala Televisión es un medio de comunicación con agenda propia, posicionada como referencia informativa en el país, que defiende con independencia, veracidad y pluralidad los principios constitucionales en Bolivia, y promueve los derechos civiles, económicos, sociales y culturales de los pueblos en el país y en el continente.

2.8.4. VISIÓN INSTITUCIONAL

Abya Yala Televisión se consolida como un medio de comunicación que promueve la construcción de un continente sin fronteras y la unión fraternal entre los pueblos con información, educación, cultura y tecnología social.

2.8.5. VALORES INSTITUCIONALES

Esta casa televisiva fue creada priorizando los siguientes valores:

- ❖ **Independencia:** Los periodistas trabajarán con independencia frente a los distintos grupos de poder y no promoverán causas que vulneren los derechos de las personas o invisibilicen su cosmovisión o su cultura.
- ❖ **Excelencia:** Las coberturas informativas se deberán realizar con el máximo rigor, es decir, con veracidad y credibilidad.
- ❖ **Entretenimiento:** Abya Yala entiende el entretenimiento como la difusión de contenidos novedosos y creativos, que bajo ningún concepto cosificarán a la mujer o difundirán materiales de contenidos sexual implícito, por el contrario contribuirán a elevar el nivel de conocimiento sobre temas que sean de interés, como salud, medio ambiente saberes ancestrales y tecnología.
- ❖ **Pluralidad:** Abya Yala difunde contenidos que visibilizan la pluralidad de ideas, opiniones, saberes y vivencias, promueven la convivencia armónica de la diversidad de voces existentes en la sociedad boliviana. Estos contenidos proyectan el acontecer noticioso del país, desde la mirada de los propios bolivianos y no desde la generada de las grandes corporaciones mediáticas.

- ❖ **Servicio:** Las noticias difundidas para Abya Yala son realidades que deben ser dadas a conocer a los pueblos y no mercancías que generen rentabilidad.
- ❖ **Internacionalismo:** Abya Yala es un medio de comunicación que se pone al servicio de la integración de las naciones y los pueblos del mundo.
- ❖ **Compromiso:** Contribuye a la construcción de la memoria histórica del país, desde visiones e identidades diversas y promueve la unidad latinoamericana.

2.8.6. PRINCIPIOS INSTITUCIONALES

Abya Yala fue planteada con los siguientes principios:

- ❖ La defensa de los derechos sociales, económicos y culturales, en el marco de la tolerancia y la construcción de una cultura de paz, de igualdad, equidad de género y de respeto a la diversidad cultural de nuestro país.
- ❖ El respeto al derecho a la información y a la libertad de expresión y de prensa, como condiciones básicas de una sociedad democrática.
- ❖ La defensa de la naturaleza y el medio ambiente, reconocimiento a la Madre Tierra como sujeto de derecho.

2.9. MARCO METODOLÓGICO

2.9.1. ENFOQUE CUALITATIVO

La sistematización de esta experiencia está en el campo de la metodología cualitativa, porque busca interpretar este proceso mediante razonamientos, datos recolectados y la realización del análisis de los datos. Permite explorar e interpretar, desde el punto de vista de los participantes, las fases y etapas, requisitos y necesidades del proceso de producción de la revista Despierta País. Hernández Sampieri (2014) afirma que

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, pues varía con cada estudio. (p.7)

El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos (Hernández. 2014. pág. 9).

2.9.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA

Para conseguir los objetivos de la presente Memoria Académica Laboral, dentro del ejercicio de la carrera de Comunicación Social, fue necesario sustentarla con la investigación descriptiva.

Los estudios descriptivos “buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos objetos o cualquier otro fenómeno que se

someta a un análisis. Es decir, pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos” (Hernández. 2014, p. 92).

En el diseño descriptivo, el investigador sólo está interesado en describir la situación o caso bajo su estudio de investigación. Es un diseño basado en la teoría que se crea mediante la recopilación, análisis y presentación de los datos recopilados. Al implementar un diseño en profundidad como este, un investigador puede proporcionar información sobre el porqué y el cómo de la investigación.

Por tanto, el diseño de investigación descriptiva es un método científico que implica observar y describir el comportamiento de un grupo de personas sin influir de ninguna manera en el tema a investigar. Por la particularidad de la memoria académica laboral se sistematiza el contexto de la experiencia vivida, las actividades realizadas y los aportes desde el área de Comunicación Institucional en la Revista Despierta País.

2.9.3. MÉTODO DE ESTUDIO

2.9.3.1. MÉTODO DEDUCTIVO

El método deductivo es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos). Se trata de un método o instrumento orientado a arribar a conclusiones certeras sobre un hecho. Parte de lo general a lo más específico.

La sistematización de experiencia en la revista Despierta País permitió la recuperación de saberes de la experiencia laboral vivida, la descripción de registros, documentación y videografía permitió rescatar y explicar los aprendizajes y conocimientos obtenidos.

2.9.4. FUENTES DE INFORMACIÓN

La información recopilada para la elaboración de la presente Memoria Laboral es:

2.9.4.1. REVISIÓN DOCUMENTAL

La revisión documental es una técnica que ayuda a comprender las distintas ideas expuestas en la investigación y para ello se analiza libros, documentos académicos, leyes, normas e informes.

“La revisión documental es una técnica que consiste en la selección y recopilación de información por medio de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, de bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación e información” (Mercado, 2011, p.76).

Se utilizaron las pautas, la planificación de los invitados, sectores y contactos de Unidades Móviles para la emisión diaria del programa Despierta País, material que se obtuvo fruto de las reuniones diarias de planificación.

2.9.4.2. FUENTES VIDEOGRÁFICAS

La descripción, el análisis y la clasificación de los programas emitidos que están en videos. Se recurrió a los archivos de programas anteriores, evaluando los contenidos, duración de sectores, entrevistas, contacto con Unidades Móviles, es decir, se hizo un análisis completo de programas tomados al azar.

2.10. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

De acuerdo a la investigación, se deben seleccionar las técnicas e instrumentos para la recolección de datos. Cabe mencionar que las técnicas son procedimientos con los que se actúa. Las técnicas e instrumentos de investigación nos conducen como elementos para responder al problema planteado.

“La técnica está vinculada a la destreza y la habilidad que hace posible la elaboración y el manejo de ciertos instrumentos para recoger información (datos cuantitativos o cualitativos) a través de la implementación de determinados instrumentos” (Moreno, 2013, p. 45).

2.10.1. LA ENTREVISTA

“La entrevista es una conversación entre una persona/s (entrevistado) y otra (entrevistado) donde se debe de crear un clima de confianza que permita la respuesta solicitada”. Y pueden dividirse en: Estructuradas, semiestructuradas, no estructuradas y abiertas (Hernández, 2002. p. 455).

Para la presente investigación, se utilizó entrevistas semiestructuradas que permitieron recabar datos sobre el proceso de planificación, producción y emisión de la revista mediante una guía de preguntas elaboradas previamente y dirigidas a las personas implicadas con las fases y etapas del objeto de estudio, con el objetivo de conocer su punto de vista y experiencia, precisar conceptos.

Se entrevistaron a integrantes del departamento de Producción, Jefe de Producción, Presentadores de programas, Periodistas y al Equipo Operativo.

Se utilizó la metodología de Sampieri con la aplicación de preguntas de opción múltiple. De tal manera que podemos afirmar que un instrumento de investigación que se utiliza para recabar y comparar la información recolectada, donde la persona tiene la posibilidad de poder elegir más de una respuesta.

2.10.2. OBSERVACIÓN

La observación es una técnica usada para recabar información. “Implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión

permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones” (Hernández, 2014, p. 399).

Por lo tanto, la observación se realizó al ejercicio laboral, de manera directa a las dificultades o problemas de la pre-producción, producción y post-producción de la revista Despierta País.

2.10.3. SONDEO

Sondeo es el procedimiento que se refiere a las indagaciones que se llevan a cabo para obtener un primer panorama acerca de algún tema. La finalidad de quien realiza un sondeo es conocer qué opina un grupo social o la sociedad en general sobre una cuestión. El sondeo es corto y dan respuestas de manera instantánea, consiste generalmente en una sola pregunta

En este caso, se realizó un sondeo para conocer cuál es el sector que el televidente quiera incorporar a la revista Despierta País.

2.11. PROPUESTA PARA RENOVAR LA ESTRUCTURA DE LA REVISTA INFORMATIVA DESPIERTA PAÍS

2.11.1. PLANIFICACIÓN

Como profesional en comunicación planifiqué la renovación de la revista materializándola mediante proyectos de cobertura periodística y/o de producción, además, trabajé en la incorporación de nuevos sectores que puedan brindar al público información y/o participación de temas de su interés. Todos estos ajustes se los hicieron para presentar un cambio que logre el repunte de la revista con una dinámica nueva.

Además de reestructurar el contenido se realizó una nueva escaleta que permita mejorar el contenido, la estructura de contenidos y por sobre todo ofrecer una puesta al aire coordinada y fluida.

Inicialmente se respetaron los sectores propuestos en la revista, por diferentes razones al cabo de un tiempo el número de sectores con los que fue concebida la revista se fue reduciendo, además estos pocos sectores eran demasiado largos, entrevistas de media hora, unidades móviles de 20 o 30 minutos, muchas notas de prensa, a tal punto que parecía un reprise del informativo de la noche anterior.

2.11.2. PLAN COMUNICACIONAL PARA RENOVAR LA ESTRUCTURA DE LA REVISTA INFORMATIVA DESPIERTA PAÍS

En esta fase se desarrolló la Propuesta para la renovación de la estructura en general de la revista.

Datos generales de la revista objeto de esta sistematización:

- ❖ **Entidad responsable de la Comunicación:** Fundación Abya Yala Bolivia, Canal Abya Yala Tv.
- ❖ **Responsable de la Comunicación:** Helen Roxana Ortega Barrientos, Coordinadora y Productora de programas e informativos en Abya Yala Tv.
- ❖ **Objetivo de la planificación de la comunicación:** Poner al aire una Revista Informativa, capaz de ser un referente informativo importante para nuestros televidentes y público en general.
- ❖ **Presupuesto:** El presupuesto con el que se contó inicialmente para la creación de toda la escenografía bordeó los 6 mil bolivianos, monto empleado en los paneles,

luces, arreglo de piso y accesorios para escenografía. Posteriormente para el reajuste se utilizó aproximadamente dos mil bolivianos más.

- ❖ **Recursos Internos:** Personal operativo, técnico, administrativo, prensa de Abya Yala Tv.
- ❖ **Temporalidad:** de octubre a diciembre 2020
- ❖ **Ámbito geográfico de actuación:** Nivel nacional.

2.11.3. PÚBLICO OBJETIVO

- ❖ Ciudadanía en general
- ❖ Organizaciones Sociales
- ❖ Usuarios de las redes sociales

2.11.4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL

La revista informativa Despierta País se elaboró bajo tres propósitos fundamentales:

- ❖ Informar
- ❖ Educar
- ❖ Entretener

Despierta País priorizó la producción de contenidos informativos, educativos, culturales y sociales.

La planificación fue materializada mediante un proyecto inicial de revista y/o instructivas directas y socializadas en reuniones de coordinación con los equipos de Producción, Prensa, Presentadores y la Productora-Coordinadora.

Es así que se planificó la elaboración de la revista a diario, una vez concluida la emisión de la revista se realizaron reuniones del equipo para primero revisar todo el proceso de producción, para afianzar las actividades que se desarrollaron con éxito e identificar aquellas que tuvieron falencias, tomando en cuenta los testimonios de los involucrados tanto en la puesta al aire, como de los participantes de los procesos de producción y planificación, falencias que deberán ser subsanadas para la emisión del día posterior. Esta tarea se la realizó al finalizar cada programa, para además optimizar los contenidos del día siguiente, definir temas, invitados, sectores, definición de material a elaborar (pastillas, agenda cultural, notas especiales, cuadros).

Una vez definido el contenido de la emisión del día siguiente se concretaban las entrevistas, es decir, se confirmaban los entrevistados y dependiendo a la disponibilidad de tiempo se confirmaban o se buscaban otros invitados, se revisaba las cápsulas, se seleccionaba los mensajes que llegaban a nuestra línea, todo esto para la elaboración de sectores.

2.11.5. FRECUENCIA DE TRANSMISIÓN

La emisión de la revista Despierta País se la realizaba de lunes a viernes, de 6:30 a 9:00 Hrs.

2.11.6. GÉNERO

Despierta País es una Revista Informativa.

2.11.7. RELEVANCIA DE LA REVISTA DESPIERTA PAÍS

La Memoria pone de manifiesto el trabajo que se realizó para hacer que la revista Despierta País se convierta en un referente informativo a primera hora de la mañana, además de ser un programa educativo y de entretenimiento. Por tanto, el principal propósito de la revista es mantener

informada a la ciudadanía de aquellos acontecimientos importantes a través de información coyuntural, información en general, eventos y todas las actividades que sean de interés.

2.11.8. CRONOGRAMA DE TRABAJO

El cronograma de trabajo se lo hizo semanalmente, varios de los sectores que se plantearon variaban diariamente como por ejemplo los sectores de entrevista, para ellos se planificaba diariamente el invitado, la nota que antecedería esa entrevista y las imágenes de apoyo.

Se hizo coordinaciones con los profesionales para desarrollar los sectores que estaban establecidos por días. Además, se grababan los sectores que se presentaban en cápsulas.

Toda esta planificación mantuvo como esencia la particularidad de la revista informativa.

2.11.9. EQUIPO DE TRABAJO

El equipo de producción está conformado por:

- ❖ **PRESENTADORES:** Narra la noticia con un avance breve que despierta el interés del televidente, realiza entrevistas ya sea en set o por medio de un soporte técnico como zoom o Skype.
- ❖ **PRESENTADOR NOTICIAS DEPORTIVAS:** Presenta notas de contenido deportivo, también puede hacer de co-presentador, dependiendo del sector que se presenta.
- ❖ **PRODUCTORA – COORDINADORA:** En este caso es un trabajo dual el que realizó mi persona. La primera función que cumplí es de jerarquización y ordenamiento de las notas, entrevistas, sectores, unidades móviles en una escaleta televisiva. Posteriormente al momento de la puesta al aire realicé el trabajo de coordinadora, organizando la emisión de la revista de acuerdo a la escaleta.

- ❖ **POST-PRODUCTOR:** Trabaja el área creativa de la revista (características, cortinas de entrada y salida, transiciones de bloque entre otros artes). Además, producen material informativo de complemento a la información como: infografías, mapas de ubicación, entre otras de interés informativo (precio del dólar, pronóstico del tiempo).
- ❖ **PERIODISTAS DE UNIDADES MÓVILES:** Son periodistas que se encargan de mandar información de manera directa por medio de señal en vivo, ya sea mediante señal de Zoom, Skype.

El equipo de operaciones y técnico está conformado por:

- ❖ **REALIZADOR:** Opera la mesa de control, se encarga de editar la revista al vivo, orquesta las tomas de estudio con los presentadores, entrevistados, incluye las notas, infografías, contactos en vivo, las cortinas televisivas, en el desarrollo de la revista.
- ❖ **SONIDISTA:** Está a cargo de la reproducción sonora del noticiero, desde el lanzamiento de la característica, audio de las notas, voz de los presentadores, ambiente y voz en Unidades Móviles.
- ❖ **OPERADOR DE PLAY OUT:** Es el responsable de enviar al aire las notas, imágenes de apoyo, tandas publicitarias y todo lo relacionado a videos durante la emisión del programa. Coordina con la productora y el realizador el material a ser enviado al aire.
- ❖ **OPERADOR DE GENERADOR DE CARACTERES:** Introduce los textos informativos de la noticia, de los contactos en vivo, lugar, nombre de los protagonistas, frases textuales o de resumen tanto en las notas presentadas como en las entrevistas.
- ❖ **TÉCNICOS DE ALTA Y BAJA FRECUENCIA:** Son los responsables de la retransmisión a nivel nacional la señal del programa producida en estudio. Además, son

los responsables de la verificación de una óptima señal en audio y video de las Unidades Móviles y de las entrevistas que se realizan por un soporte de redes.

2.11.10. MEDIO DE DIFUSIÓN DE LA REVISTA DESPIERTA PAÍS

- ❖ Televisivo
- ❖ Por Abya Yala Tv.

2.12. PASOS PARA LA RENOVACIÓN DE LA REVISTA DESPIERTA PAÍS

2.12.1. DIAGNÓSTICO DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL

Inicialmente se observó toda la estructura con la que se desarrollaba la revista:

- ❖ Los sectores con los que se contaban eran escasos, además los mismos eran demasiado largos.
- ❖ Las entrevistas tenían una extensión excesiva, a tal punto de en algunos casos durar 30 minutos, lo que significaba entrevistas redundantes, aburridas y con información no muy clara, todos estos detalles reflejan que existía poca o ninguna planificación en la selección de temas y de entrevistados.
- ❖ Sólo se contaba con la Unidad Móvil en La Paz, poniendo de manifiesto una total falta de cobertura a la información que se generaba en el interior del país.
- ❖ Las notas con las que se sostenía la revista eran muchas, lo cual derivó en que la revista fuese casi una repetición del informativo de la noche anterior. No existía actualización de la información.

- ❖ Haciendo una evaluación de la puesta al aire de este producto comunicacional encontré muchas falencias, siendo caótica la puesta al aire.
- ❖ No se contaba con una escaleta en muchas de las emisiones, en otras se contaba con una lista de invitados y de notas de producción propia del equipo de la revista.
- ❖ Al no contar con las notas suficientes para poder mantener un contenido regular diario se cometía el error de poner notas o cápsula de información que no estaban en relación a la temática del sector que se estaba presentando, vale decir terminando una entrevista política por ejemplo se mandaba a continuación una nota o cápsula de turismo, temas contrapuestos.
- ❖ Al no tener un orden definido por una escaleta se procedía a alargar los cortes, lo que significaba la repetición de cápsulas en un solo corte, este alargue era de sostenimiento para poder coordinar el sector que venía a continuación.
- ❖ La falta de una escaleta, que define la estructura y tiempos de los sectores, también evidenciaba la falta de coordinación con el equipo operativo, vale decir el realizador no sabía el orden de los sectores, el sonidista no tenía una pauta para alistar el tipo de música que acompañe a los sectores, lo mismo para los operadores de playo out y de generador de caracteres.
- ❖ Verifico además la ausencia de sectores, pensados en función a los televidentes que en ese horario nos privilegian con su sintonía.
- ❖ Vale la pena también mencionar que la falta de planificación también afectó el desenvolvimiento de los presentadores, quienes hicieron entrevistas deficientes debido al desconocimiento de los invitados y temas puntuales a tratar.

2.12.2. REUNIÓN DE EVALUACIÓN GRUPAL

El primer paso para armar la reestructuración de Despierta País fue realizar una reunión de evaluación grupal. Esta reunión la hice para tener un primer acercamiento con los involucrados de la producción de la revista, aplicando así el método descriptivo.

Mediante una entrevista semiestructurada se recabó datos sobre el proceso de planificación, producción y emisión de la revista, antes de mi participación en ella, con las personas implicadas en la revista, con el objetivo de conocer su punto de vista y experiencia. Participaron de esta reunión el Jefe de Producción, el Jefe de Prensa, los Presentadores, la Coordinadora General del Canal, el equipo de Operaciones.

Se concluye de esta entrevista que:

- ❖ No existe una planificación previa a la emisión de la revista.
- ❖ No se informa de manera adelantada las entrevistas que habrá en la revista.
- ❖ Falta material de introducción a las entrevistas en set.
- ❖ Entrevistas demasiado largas.
- ❖ No existen imágenes de apoyo para las entrevistas.
- ❖ Falta coordinación con los integrantes del grupo operativo.
- ❖ Existen pocos sectores en cada programa.
- ❖ Los contactos con la Unidad Móvil son pocos y demasiado largos.
- ❖ No existe notas de producción propia.
- ❖ Demasiada improvisación para el desarrollo diario de la revista Despierta País.

2.12.3. OBSERVACIÓN DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL

Aplicando el método deductivo procedo a hacer una evaluación concreta de la revista Despierta País, al realizar el ejercicio laboral de forma directa con plena y absoluta participación a las dificultades o problemas en su ejecución concluyo que:

- ❖ Los principios con los que fue creado el producto comunicacional no se están cumpliendo.
- ❖ Son pocos los sectores con los que cuenta la revista.
- ❖ La puesta al aire de esta revista es caótica, desordenada y poco profesional, inclusive reflejándose con los invitados.
- ❖ Falta material para hacer un buen sostenimiento de la revista.
- ❖ No existe una cobertura nacional, constituyendo una traba para poder captar audiencia del interior del país.
- ❖ En resumen, se coincide con los resultados a la entrevista que se hizo con los compañeros del equipo. Existen muchas falencias en el proceso de preproducción, producción y postproducción en el producto comunicacional.

2.12.4. REVISIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN

Para tener un diagnóstico certero y preciso, también se procedió a hacer una revisión de las fuentes videográficas y escritas.

Revisé varios programas tomados al azar, evidenciando que los contenidos son escasos, entrevistas demasiado largas, sectores sin planificación, etc, confirmando el diagnóstico al que se concluyó anteriormente.

A la vez también revisé la pauta, también al azar, verificando que en muchas emisiones no se contaba ni con la mínima guía de contenido y orden de los sectores, es decir no existía pauta.

Todas estas falencias son subsanables, haciendo reformulaciones en el proceso de planificación, producción y emisión de la revista. Es para este propósito que aplico todos mis conocimientos profesionales, para poner al aire un producto de calidad, que logre ser un referente en comunicación y ser el preferido de los televidentes.

2.12.5. SONDEO AL TELEVIDENTE

Un sondeo de opinión es un método para recolectar información sobre la opinión pública de un grupo de personas. Esta herramienta generalmente involucra una muestra de participantes que representan una población más grande.

- ❖ Debido a que es un método de recolección aleatorio y con un análisis de datos poco profundos, no sigue un método específico.
- ❖ Generalmente, es utilizado por partidos políticos o medios de comunicación para realizar investigaciones de acuerdo al contexto del campo de estudio.
- ❖ Se puede recolectar información a partir de encuestas online, encuestas telefónicas, focus group, etc., o recolectar comentarios en redes sociales.

Se hizo un corto y sencillo sondeo de opinión a los televidentes seguidores de la revista, mediante nuestra línea de WhatsApp se recibieron respuestas a una pregunta que fue planteada en el programa, esta pregunta fue:

¿Qué sector le gustaría incorporar a la revista Despierta País?

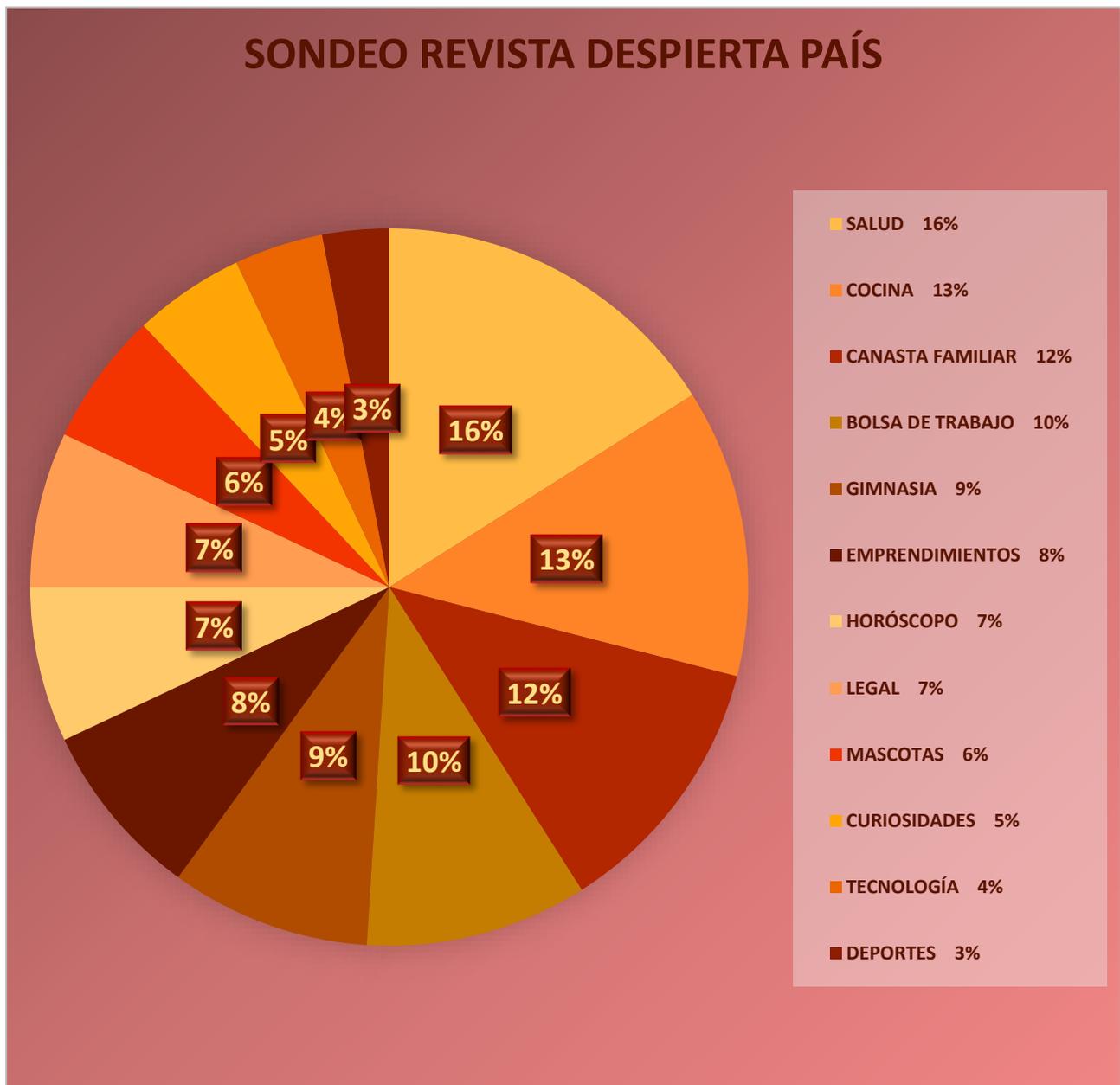
Se tomó la muestra para este sondeo la primera semana de octubre 2020. El universo fue de 100 mensajes, los mismos fueron leídos, seleccionados y ordenados.

Resultado de este sondeo se obtuvo el siguiente listado de sectores sugeridos por nuestros televidentes:

❖ SALUD	16%
❖ COCINA	13%
❖ CANASTA FAMILIAR	12%
❖ BOLSA DE TRABAJO	10%
❖ GIMNASIA	9%
❖ EMPRENDIMIENTOS	8%
❖ HORÓSCOPO	7%
❖ LEGAL	7%
❖ MASCOTAS	6%
❖ CURIOSIDADES	5%
❖ TECNOLOGÍA	4%
❖ DEPORTES	3%

GRÁFICO N° 5: RESULTADOS SONDEO

¿QUÉ SECTOR LE GUSTARÍA INCORPORAR A LA REVISTA DESPIERTA PAÍS?



FUENTE: Elaboración propia

2.12.6. REVISIÓN DOCUMENTAL PARA IMPLEMENTAR NUEVA ESTRUCTURA

A raíz de esta revisión planteo la incorporación de algunos otros sectores, fruto de los conceptos en los que se enmarca una REVISTA INFORMATIVA.

2.12.6.1. PLANTEAMIENTO NUEVA ESTRUCTURA DESPIERTA PAÍS

La información recopilada en las etapas anteriores orienta el planteamiento de los nuevos sectores diarios para lograr el objetivo de esta Memoria Laboral, priorizando los contenidos informativos, educativos, sociales y de entretenimiento.

Detalle los sectores a continuación:

- ❖ **BLOQUE INFORMATIVO:** Contenía las notas más importantes que se emitieron en el informativo central. Estas notas fueron divididas en políticas, económicas, sociales y especiales.
- ❖ **NOTAS INTERNACIONALES:** En este sector se presentan las notas internacionales más importantes.
- ❖ **SECTOR DE ENTREVISTAS:** Para cada emisión se definieron tres temas coyunturales, los cuales fueron desarrollados mediante entrevistas a autoridades, especialistas, invitados especiales, etc.
- ❖ **NOTAS QUE ANTECEDEN LAS ENTREVISTAS:** Si en la Edición Central del informativo de la noche anterior no existe una nota que dé pie a la entrevista se deberá elaborar, estas notas introducen al tema de la entrevista que viene a continuación.
- ❖ **PORTADAS NACIONALES E INTERNACIONALES:** En estos sectores se presentaron las portadas de los principales medios impresos del país y del exterior.
- ❖ **PORTADA ABYA YALA:** En esta portada se refleja la editorial del medio de televisión.

- ❖ **DATOS DEL TIEMPO:** Se presentó el pronóstico del tiempo al inicio del programa, información útil para los televidentes en especial para aquellos que salen a tempranas horas de la mañana.
- ❖ **TRÁFICO VEHICULAR:** Sector para verificar transitabilidad.
- ❖ **PREGUNTA DEL DÍA:** Para interactuar con el televidente se creó este sector, la pregunta se realizaba en varias oportunidades para casi al finalizar el programa se leían las respuestas. Las preguntas eran de temas coyunturales, temas especiales, saludos, etc.
- ❖ **SALUD:** En este sector se invitaba a un profesional en salud, variaba la especialidad en la semana, entre las especialidades que intervenían en este sector están Pediatría, Ginecología, Psicología, Medicina Interna, Gastroenterología, Fonoaudiología, Medicina Natural, entre otros. En todos estos sectores se recibían consultas de los televidentes, brindando la información básica del tratamiento de la dolencia que se trataba, prevención, etc.
- ❖ **NUTRICIÓN:** En este sector se desarrollaban menús para la semana, menús para los niños, menús para adultos mayores, siempre privilegiando la información nutricional que esperaban nuestros televidentes.
- ❖ **LEGAL:** Una vez a la semana se realizaba este sector, se planteaba un tema, el profesional lo explicaba y se recibían consultas que eran respondidas por el profesional en leyes.
- ❖ **DATOS ECONÓMICOS:** Aquí se presentaban detalles del tipo de cambio de las monedas.
- ❖ **CANASTA FAMILIAR:** Se producían cuadros con los precios de los productos de la canasta básica, además, se visitaban mercados para conocer los precios de productos en determinados mercados. Estas notas eran de La Paz y de mercados del interior del país, los periodistas colaboradores enviaban este material.
- ❖ **UNIDADES MÓVILES:** Para este sector realicé alianzas con amigos, colegas de ciudades del interior del país, debido a la situación económica se realizó convenios internos para que los periodistas puedan ayudarnos con los despachos y así poder cubrir la información que se genera en los otros departamentos. Se mantuvo los despachos de la Unidad Móvil de la ciudad de La Paz.

- ❖ **CONTRACULTURA:** Este sector fue creado para darle un espacio a las culturas urbanas, sectores de la población como los Emos, Rockeros, Otakus, Gamers y Animes entre otros y así poder dar a conocer las características de estas culturas, informar de sus actividades.
- ❖ **AGENDA CULTURAL:** Se presentaba la cartelera cultural, hicimos alianzas con varios Centros Culturales que nos pasaban sus agendas para luego presentarla en cuadros post-producidos.
- ❖ **AYUDA SOCIAL:** En este sector se pasaban anuncios que nos llegaban de documentos extraviados, requerimientos de sangre, medicamentos, promoción de campañas de ayuda como kermeses, rifas puesto que esta sistematización se basa en etapa de pandemia.
- ❖ **EMPRENDIMIENTOS:** Tenía por objeto dar a conocer y promocionar los nuevos emprendimientos que la población inició en tiempo de pandemia.
- ❖ **BOLSA DE TRABAJO:** Los televidentes podían enviar su nombre, servicio que ofrecen y ciudad de residencia, una vez recibida esta información se producía cuadros que se los presentaba en el sector.
- ❖ **CONSEJOS PARA EL HOGAR:** Este sector brindaba tips, consejos y trucos para la limpieza del hogar, limpieza de enseres en general, puesta de mesas para diferentes ocasiones, clases cortas de Etiqueta y Protocolo, consejos para el planchado de ropa, doblado de ropa, etc.
- ❖ **HORÓSCOPO:** Este sector tenía gran participación del televidente. Dicho sector se presentaba a diario lunes, miércoles y viernes se presentaba el horóscopo para los doce signos y jueves y viernes se presentaban consejos para hacer limpiezas, rituales, consejos esotéricos o recepción de llamadas para consultas.
- ❖ **DEPORTES:** El presentador del programa deportivo contaba con dos o hasta tres sectores cortos para presentar notas deportivas.
- ❖ **GIMNASIA:** Este sector se enfocó en dar a los televidentes rutinas básicas de ejercicios ya que en tiempo de pandemia era muy difícil realizar de manera normal estas rutinas en los gimnasios, evidentemente por el cierre de los gimnasios.
- ❖ **TECNOLOGÍA:** Presentaba notas con la información más reciente en cuanto al avance tecnológico a nivel nacional e internacional.

- ❖ **CURIOSIDADES:** Este espacio fue producido en cápsulas informativas que van entre corte y corte o van presentadas en medio de otros sectores, presentaba datos curiosos de varias temáticas.
- ❖ **MASCOTAS EXTRAVIADAS:** En este sector se presentaba anuncios de mascotas extraviadas.

2.12.6.2. CRONOGRAMA NUEVA ESTRUCTURA DESPIERTA PAÍS

Estos sectores fueron los implementados en la reestructuración de la revista Despierta País. Presentados en cuadros el orden por días era el siguiente:

GRÁFICO N° 6: CRONOGRAMA SEMANAL

CRONOGRAMA DESPIERTA PAÍS				
LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
PORTADAS NAC.	PORTADAS NAC.	PORTADAS NAC.	PORTADAS NAC.	PORTADAS NAC.
PORTADAS INTER	PORTADAS INTER	PORTADAS INTER	PORTADAS INTER	PORTADAS INTER
DATOS TIEMPO	DATOS TIEMPO	DATOS TIEMPO	DATOS TIEMPO	DATOS TIEMPO
NOTAS	NOTAS	NOTAS	NOTAS	NOTAS
NOTAS INTER.	NOTAS INTER.	NOTAS INTER.	NOTAS INTER.	NOTAS INTER.
ENTREVISTA 1	ENTREVISTA 1	ENTREVISTA 1	ENTREVISTA 1	ENTREVISTA 1
ENTREVISTA 2	ENTREVISTA 2	ENTREVISTA 2	ENTREVISTA 2	ENTREVISTA 2
EN CONTACTO	EN CONTACTO	EN CONTACTO	EN CONTACTO	EN CONTACTO

DATOS ECO	DATOS ECO	DATOS ECO	DATOS ECO	DATOS ECO
DEPORTES	DEPORTES	DEPORTES	DEPORTES	DEPORTES
UNIDADES M.	UNIDADES M.	UNIDADES M.	UNIDADES M.	UNIDADES M.
BOLSA DE TRABAJO	AYUDA SOCIAL	BOLSA DE TRABAJO	AYUDA SOCIAL	BOLSA DE TRABAJO
HORÓSCOPO	ESPIRITUALIDAD	HORÓSCOPO	ESPIRITUALIDAD	HORÓSCOPO
SALUD	EMPRENDIMIENTO	SALUD	EMPRENDIMIENTO	SALUD
TECNOLOGÍA	CURIOSIDADES	TECNOLOGÍA	CURIOSIDADES	AGENDA CULTURAL
GIMNASIA	LEGAL	CONTRACULTURA	LIBROS	CURIOSIDADES
GRUPO MUSICAL	CONSEJOS HOGAR	GRUPO MUSICAL	ETIQUETA Y P.	GRUPO MUSICAL
DESPIERTA MENTE	NUTRICIÓN	DESPIERTA MENTE	PSICOLOGÍA	RETOS
CANASTA FAMILIAR	GASTRONOMÍA	CANASTA FAMILIAR	GASTRONOMÍA	CANASTA FAMILIAR

FUENTE: Elaboración propia

2.13. PRODUCCIÓN DE NUEVA ESTRUCTURA

Para plantear una nueva estructura y cumplir con los objetivos de la presente Memoria se siguió varios procesos: planificación, organización, control de calidad y puesta al aire.

2.13.1. PLANIFICACIÓN DE CONTENIDOS

- ❖ **COORDINACIÓN DE INVITADOS:** Según los temas coyunturales, se decidía un día antes a que personalidades se invitará para desarrollar un tema específico.

- ❖ **COORDINACIÓN DE SECTORES:** Además, coordinaba con los profesionales y/o responsables de los sectores que se emitían según cronograma semanal.
- ❖ **ELABORACIÓN DE PASTILLAS O CÁPSULAS:** Varios de los sectores que contenía la revista como Bolsa de Trabajo, Ayuda Social, Mascotas extraviadas, Tecnología, Datos del Tiempo, Portadas, entre otros se elaboraban previamente, trabajo realizado en Post-producción.
- ❖ **GRABACIÓN DE SECTORES:** Sectores como Emprendimientos, Contracultura, Canasta familiar, se grababan en exteriores.
- ❖ **PROGRAMACIÓN DE NOTAS:** Esta herramienta permite la programación de noticias de contexto antes, durante y después de un determinado sector. Además, estas notas periodísticas integran en bloque informativo que se divide por sectores, teniendo como contenido lo más destacado en información económica, política, social y de seguridad.
- ❖ **PLANIFICACIÓN DE IMÁGENES DE APOYO:** Está relacionado al soporte visual con la que se contaba para apoyar el desarrollo de una entrevista o un sector determinado.

2.13.2. ORGANIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE SECTORES

- ❖ Cada uno de los sectores planificados fueron designados a algún integrante del equipo para su producción. Se organizó la pre-producción, producción y post-producción de cada uno de los sectores, poniendo los mejores esfuerzos laborales en la tarea para lograr un resultado óptimo.
- ❖ Se realizaba una planificación, en lo posible semanal por las limitaciones de equipo.

- ❖ Previa coordinación el conductor/a asignado/a grababa con el profesional el sector en las locaciones correspondientes y con todos los elementos necesarios para este fin.

2.13.3. CONTROL DE CALIDAD

- ❖ Todo producto obtenido era sometido a una revisión para su emisión, evitando así poner al aire un producto deficiente.
- ❖ También se hacía una revisión y corrección de los textos que se preparaban para el generador de caracteres que acompañaban los sectores: Nombre y cargo de las y los invitados, temas, títulos, etc.

2.13.4. PUESTA AL AIRE

- ❖ Este es el punto final de los procesos anteriores, donde se entrelazan todos los esfuerzos laborales anteriormente mencionados.
- ❖ Una buena coordinación es aquí la clave para lograr un producto comunicacional exitoso.
- ❖ Para lograr este objetivo fue importante contar con una buena pauta, que organice todo el contenido de la revista sin problemas.

2.13.5. PRODUCCIÓN DE PAUTA TELEVISIVA

Una vez estructuradas las notas, sectores y entrevistas, la producción de la revista Despierta País atraviesa un proceso de recolección, jerarquización y ordenamiento para su presentación en vivo, este proceso de información se realiza mediante una pauta televisiva.

La elaboración de la estructura de la pauta televisiva determinó el orden de los contenidos y sectores. La pauta logró definir los tiempos que cada sector, de esta manera se tuvo el control sobre el tiempo de duración de cada bloque, evitando el problema que se expuso inicialmente, duración de sectores de hasta más de 30 minutos que hacían tediosos y aburridos dichos sectores evitando de esta forma captar la atención del televidente.

La pauta es la parte operativa de la puesta en pantalla de la información. Este elemento logra una coordinación general entre presentadores, equipo de producción y equipo operativo.

A continuación, presento una pauta modelo, aquí se puede apreciar los sectores, entrevistas, contactos, todos con tiempo de duración, además de especificaciones de rejillas y/o imágenes de apoyo.

GRÁFICO N° 7: PAUTA REVISTA DESPIERTA PAÍS

DESPIERTA PAÍS MIÉRCOLES 3 DE DICIEMBRE 2020				
Nº	DETALLE	SECTORES	TIEMPO	OBS.
1.	CARACTERISTICA IN	MÚSICA - AUDIO PROPIO	01:00	VTR
2.	CONDUCTORES PG PARADOS	EDISON, SINDY Y KATSUO: BIENVENIDA Y ADELANTAN CONTENIDO	03:00	ESTUDIO
3.	CONDUCTORA	SINDY: MANDA A TITULARES	00:30	ESTUDIO
4.	TITULARES CON REJILLA IN	TITULARES AUDIO PROPIO	02:00	VTR
5.	PORTADAS CONDUCTORES PG	EDISON PRESENTA PORTADAS NACIONALES (MANDA UNO A UNO Y COMENTA)	01:00	ESTUDIO

6.	REJILLA IN	PORTADAS – OFF	03:00	VTR
7.	SINDY PM DE PIE	SINDY PRESENTA EL TRÁFICO CON UNIDAD MÓVIL LA PAZ – WILLIAM	01:00	EXTERIORES – ESTUDIO
8.	PM EDISON Y SINDY SENTADOS	PRESENTAN BLOQUE INFORMATIVO (NOTAS VARIADAS IMPORTANTES)	00:30	ESTUDIO
9.	EDISON MANDA REJILLA	REJILLA BLOQUE INFORMATIVO – AUDIO PROPIO	00:20	VTR
10.	PM ABIERTO SINDY MANDA	NOTA 1	00:30	ESTUDIO
11.	NOTA 1	AUDIO PROPIO	01:30	VTR
12.	PM ABIERTO EDISON MANDA	NOTA 2	0:30	ESTUDIO
13.	NOTA 2	AUDIO PROPIO	02:00	VTR
14.	PM ABIERTO SINDY MANDA	NOTA 3	01:00	ESTUDIO
15.	NOTA 3	AUDIO PROPIO	02:00	VTR
16.	PM ABIERTO EDISON MANDA	NOTA 4	01:00	ESTUDIO
17.	NOTA 4	AUDIO PROPIO	02:00	VTR
18.	REJILLA BLOQUE INFORMATIVO REJILLA OUT	AUDIO PROPIO	0:30	VTR
19.	KATSUO PRESENTA PRONÓSTICO DEL TIEMPO	CLIMA (LOS 9 DEPARTAMENTOS INTERCALADOS)	03:00	ESTUDIO – VTR
20.	PC SINDY. KATSUO Y EDISON MANDAN A CORTE	PRESENTA DESPIERTA MENTE (TEST) E INVITAN A PARTICIPAR MEDIANTE WHATSAPP	02:00	ESTUDIO
21.	TRANSICIÓN A CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR

22.	PRIMER CORTE PUBLICITARIO			
23.	TRANSICIÓN REGRESO DE CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
24.	CONDUCTORES PG PARADOS	PRESENTADORES RECUERDAN LÍNEA WHAT Y TEST	02:00	ESTUDIO
25.	PM KATSUO PRESENTA NOTA CURIOSIDADES	PRESENTADORES COMENTAN NOTA	01:00	ESTUDIO
26.	NOTA	NOTA CURIOSA CAMPANA	02:00	VTR
27.	PC CIERRA NOTA Y CONTACTO UM EL ALTO	SINDY CONTACTO UNIDAD MÓVIL	00:30	EXTERIORES
28.	DESPACHO EL ALTO	ARMANDO ANTI SALUDA Y TRÁFICO	01:00	EXTERIORES
29.	ARMANDO PRESENTA COMPACTO INFORMATIVO	COMPACTO INFORMATIVO	02:30	VTR
30.	SINDY DESPIDE UM EL ALTO	CIERRE ARMANDO	01:00	ESTUDIO – EXTERIORES
31.	SINDY CIERRA Y DA PASO EDISON	REJILLA UM EL ALTO	00:30	VTR
32.	EDISON PRESENTA NOTA CONTEXTO	NOTA PAGO BONO REQUISITOS	02:00	VTR
33.	PM ABIERTO EDISON PRESENTA INVITADO EN MESÓN	OMAR YUJRA – DIPUTADO TEMA: PAGO DE BONO CONTRA EL HAMBRE	08:00	ESTUDIO
34.	PC EDISON	EDISON DESPIDE INVITADO	00:30	ESTUDIO
35.	PM ABIERTO INVITADO	INVITADO SE DESPIDE	01:00	ESTUDIO
36.	PC EDISON	EDISON DA PASO A SINDY PARA CONTACTO UM COCHABAMBA	0:30	ESTUDIO

37.	SINDY SALUD Y DA PASO A ALEJANDRO LOZA	ALEJANDRO DESPACHO DESDE COCHABAMBA	03:00	EXTERIORES
38.	SINDY DESPIDE ALEJANDRO	ALEJANDRO SE DESPIDE	01:00	EXTERIORES
39.	PC EDISON, SINDY Y KATSUO	MANDAN A CORTE RECORDANDO ENVÍO DE MENSAJES AL WHATSAPP	01:00	ESTUDIO
40.	TRANSICIÓN A CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
41.	SEGUNDO CORTE PUBLICITARIO			
42.	TRANSICIÓN REGRESO DE CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
43.	EDISON MANDA REJILLA DEPORTIVA	REJILLA AUDIO PROPIO	00:20	VTR
44.	EDISON PRESENTA REMMY	REMMY SALUDA Y PRESENTA PORTADAS – OFF	01:00	ESTUDIO
45.	PORTADAS DEPORTIVAS (5)	REMY OFF	02:00	VTR
46.	PC REMY	REMY MANDA NOTAS (2) E INTERACTUA CON EDISON	04:00	VTR
47.	EDISON DESPIDE A REMY Y DA PASO DA SINDY	REMMY SE DESPIDE HASTA MÁS ADELANTE	00:30	ESTUDIO
48.	SINDY PRESENTA SECTOR SALUD	REJILLA AUDIO PROPIO	00:20	VTR
49.	SINDY PRESENTA TEMA Y ENTREVISTADO	DR. JOEL MOYA – OFTALMÓLOGO TEMA: GALUCOMA	01:00	ESTUDIO
50.	SINDY PRESENTA NOTA CONTEXTO	NOTA GLAUCOMA – AUDIO PROPIO	01:00	VTR
51.	DESARROLLO ENTREVISTA	RECIBEN LLAMADAS	08:00	ESTUDIO

52.	SINDY DESPIDE ENTREVISTADO Y MANDA REJILLA POSTADAS INTER	INVITADO SE DESPIDE	01:00	ESTUDIO
53.	REJILLA INTERNACIONAL	AUDIO PROPIO	00:15	VTR
54.	EDISON PRESENTA PORTADAS INTERNACIONALES	EDISON OFF PORTADAS	02:00	VTR
55.	TRANSICIÓN OUT PEGADA	AUDIO PROPIO	00:20	VTR
56.	PM ABIERTO EDISON MESÓN	EDISON DA LAS NOTICIAS INTERNACIONALES (4)	04:00	ESTUDIO – VTR
57.	PM KATSUO	KATSUO PRESENTA UNIDAD MÓVIL	04:00	ESTUDIO – EXTERIORES
58.	PM ABIERTO PERIODISTA	WILLIAM PRESENTA INFORMACIÓN		
59.	KATSUO DESPIDE WILLIAM	WILLIAM SE DESPIDE Y ADELANTA PRÓXIMO CONTACTO	01:00	EXTERIORES
60.	PG EDISON, SINDY Y KATSUO	MANDAN A CORTE	01:00	ESTUDIO
61.	TRANSICIÓN A CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
62.	TERCER CORTE PUBLICITARIO			
63.	TRANSICIÓN REGRESO DE CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
64.	CONDUCTORES PG PARADOS	RECUERDAN PREGUNTA DEL DÍA	02:00	ESTUDIO
65.	PC EDISON Y SINDY PRESENTAN SECTOR HORÓSCOPO	REJILLA HORÓSCOPO	00:30	VTR
66.	PRESENTA ASTRÓLOGA	MALÚ SALUDA Y PRESENTA 12 SIGNOS CON APOYOS	08:00	CONATCTO ZOOM

67.	PC DESPIDEN ASTRÓLOGA	MALÚ SE DESPIDE	01:00	ESTUDIO – ZOOM
68.	DAN PASO A SECTOR TECNOLOGÍA	REJILLA TECNOLOGÍA AUDIO PROPIO	00:30	VTR
69.	KATSUO PRESENTA NOTAS TECNOLOGÍA	NOTAS TECNOLOGÍA (2)	04:00	ESTUDIO – VTR
70.	KATSUO MANDA REJILLA ENTREVISTA	REJILLA ENTREVISTA AUDIO PROPIO	00:20	VTR
71.	PM ABIERTO SINDY PRESENTA INVITADA EN MESÓN – CONTACTO ZOOM DESDE ALEMANIA	ANJA KRAUS - ACTIVISTA TEMA: DESTRUCCIÓN DE BOSQUES EN ALEMANIA	08:00	ESTUDIO – ZOOM
72.	PM ABIERTO SINDY DESPIDE	INVITADA SE DESPIDE	01:00	ESTUDIO – ZOOM
73.	PM SINDY PRESENTA REJILLA DATOS ECONÓMICOS	REJILLA DATOS ECONÓMICOS	00:30	VTR
74.	PC EDISON PANTALLA	EDISON PRESENTA DATOS ECONÓMICOS – OFF	01:00	VTR
75.	PG EDISON Y SINDY PANTALLA	SINDY Y EDISON INTERACTÚAN SOBRE DATOS ECONÓMICOS	01:00	ESTUDIO
76.	PC EDISON	EDISON MANDA NOTA ECONÓMICA 1	00:30	ESTUDIO
77.	NOTA 1	AUDIO PROPIO	02:00	VTR
78.	PC SINDY PANTALLA	SINDY MANDA NOTA ECONÓMICA 2	0:40	ESTUDIO
79.	NOTA 2	AUDIO PROPIO	01:30	VTR
80.	PC EDISON PANTALLA	EDISON MANDA NOTA ECONÓMICA 3	0:40	ESTUDIO
81.	NOTA 3	AUDIO PROPIO	01:30	VTR
82.	PG SINDY MANDA REJILLA DEPORTES	REJILLA DEPORTES	00:30	VTR

83.	PC EDISON PANTALLA	EDISON PRESENTA A REMY Y SECTOR DEPORTIVO	01:00	ESTUDIO
84.	PA REMY PANTALLA	REMY MANDA A NOTA 1	00:40	ESTUDIO
85.	NOTA 1	AUDIO PROPIO	01:00	VTR
86.	PA REMY PANTALLA	REMY INTERACTÚA CON EDISON Y MANDA NOTA 2	01:00	ESTUDIO
87.	NOTA 2	AUDIO PROPIO	01:30	VTR
88.	PC EDISON Y REMY	MANDAN A CORTE RECORDANDO TEST	01:00	ESTUDIO
89.	TRANSICIÓN A CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
90.	CUARTO CORTE PUBLICITARIO			
91.	TRANSICIÓN REGRESO DE CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
92.	PC KATSUO	KATSUO PRESENTA UNIDAD MÓVIL	01:00	ESTUDIO
93.	UNIDAD MÓVIL PERIODISTA	WILLIAM HUAYHUA – PERIODISTA	04:00	EXTERIORES
94.	DESPIDEN UNIDAD MÓVIL	WILLIAM CIERRA CONTACTO	00:30	EXTERIORES
95.	KATSUO MANDA REJILLA	REJILLA EMPRENDIMIENTO	00:30	VTR
96.	PG EDISON	PRESENTA INVITADO EMPRENDIMIENTO	01:00	ESTUDIO
97.	PM ABIERTO INVITADO MESÓN	ISAAC FORES – PROPIETARIO RIBERAL TEMA: CHOCOLATES ARTESANALES RIBERAL	05:00	ESTUDIO
98.	PC EDISON	EDISON AGRADECE INVITADO Y PRESENTA A KATSUO EN EXTERIORES	01:00	ESTUDIO

99.	KATSUO Y SINDY ENTREVISTAN CARAVANA	GRAN CARAVANA DE MOTOS AKILA	05:00	EXTERIORES
100.	SINDY MANDA A CORTE	A CORTE CON IMÁGENES CARAVANA	01:00	EXTERIORES
101.	TRANSICIÓN A CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
102.	QUINTO CORTE PUBLICITARIO			
103.	TRANSICIÓN REGRESO DE CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
104.	PG EDISON MANDA REJILLA	REJILLA UNIDAD MÓVIL	0:20	VTR
105.	PG EDISON DA PASO UNIDAD MÓVIL	UNIDAD MÓVIL NORA MAMANI	03:00	EXTERIORES
106.	EDISON DESPIDE NORA	NORA SE DESPIDE	01:00	EXTERIORES
107.	PG EDISON MANDA REJILLA	REJILLA GIMNASIA	00:20	VTR
108.	SINDY Y KATSUO PRESENTAN SECTOR	INSTRUCTORA PRESENTA RUTINA	02:00	ESTUDIO
109.	RUTINA DE EJERCICIOS	MUSICALIZAR	04:00	ESTUDIO
110.	PG SINDY Y KATSUO DESPIDEN A INSTRUCTORA	INSTRUCTORA CIERRA SECTOR	00:30	ESTUDIO
111.	PM EDISON LEE MENSAJES Y DA RESULTADO TEST	IMÁGENES TEST DESPIERTA MENTE	04:00	ESTUDIO – CUADROS
112.	EDISON MANDA A CORTE	A CORTE ANUNCIANDO GRUPO	00:30	ESTUDIO
113.	TRANSICIÓN REGRESO DE CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR
114.	SEXTO CORTE PUBLICITARIO			
115.	TRANSICIÓN REGRESO DE CORTE	AUDIO PROPIO	00:10	VTR

116.	PG GRUPO MUSICAL 1ER TEMA	WÁLTER Y SU GRUPO IMPACTO TEMA: CUÉNTALE	03:00	ESTUDIO
117.	PG EDISON, KATSUO Y REMY PRESENTAN GRUPO	ENTREVISTA AL GRUPO	03:00	ESTUDIO
118.	DESPIDEN PROGRAMA	TODOS SE DESPIDEN Y PRESENTAN SEGUNDO TEMA DEL GRUPO	01:30	ESTUDIO
119.	PG GRUPO MUSICAL 2DO TEMA	WÁLTER Y SU GRUPO IMPACTO TEMA: LA VENTANITA	04:00	EXTERIORES
120.	CARACTERISTICA OUT	MÚSICA - AUDIO PROPIO	01:00	VTR

FUENTE: Elaboración propia

2.14. EJEMPLOS DE PRODUCCIÓN DE LA REVISTA DESPIERTA PAÍS

Presento fotografías que muestran una emisión de la revista Despierta País:

Imagen N° 1: PRESENTACIÓN - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 2: PORTADAS NACIONALES - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 3: PORTADAS NACIONALES – REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 4: TRÁFICO VEHICULAR - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 5: BLOQUE INFORMATIVO - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 6: BLOQUE INFORMATIVO - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 7: NOTA CURIOSA - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 8: UNIDAD MÓVIL ARMANDO ANTI - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 9: REJILLA ENTREVISTAS - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 10: SECTOR ENTREVISTA - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 11: ENTREVISTA - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 12: REJILLA DEPORTES - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 13: NOTAS DEPORTIVAS - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 14: PRESENTACIÓN UNIDAD MÓVIL - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 15: UNIDAD MÓVIL - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 16: PRESENTACIÓN NOTAS TECNOLÓGICAS - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 17: NOTA TECNOLÓGICA - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 18: PRESENTADORES MANDAN A CORTE - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 19: ENTREVISTA VÍA ZOOM ALEMANIA - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 20 REJILLA TU EMPRENDIMIENTO - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 21: SECTOR TU EMPRENDIMIENTO - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 22: ENTREVISTA EXTERIORES - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 23: MANDAN A CORTE CON CARAVANA - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 24: UNIDAD MÓVIL EL ALTO - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 25: PRONÓSTICO DEL TIEMPO - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 26: REJILLA CURIOSIDADES - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 27: ENTREVISTA GRUPO MUSICAL - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

Imagen N° 28: TEMA GRUPO MUSICAL - REVISTA DESPIERTA PAÍS



FUENTE: Elaboración propia

2.15. ANÁLISIS DEL PRODUCTO COMUNICACIONAL

- ❖ **MEDIO DE DIFUSIÓN:** Revista Informativa televisiva.
- ❖ **INTENCIÓN:** Difundir una revista que sea un referente para los televidentes, mediante contenido informativo, educativo y de entretenimiento.
- ❖ **LOGROS:** Se logró mejorar el contenido del producto comunicacional, con esta mejora incrementamos el número de televidentes y fidelizamos audiencia.
- ❖ **DIFICULTADES:** Por no contar con corresponsales en todo el país, no se hizo la cobertura informativa que se planificó inicialmente, en sustitución se presentaban notas de los hechos noticiosos más relevantes de cada región.

- ❖ **CONTEXTO:** Este producto comunicacional se realizó buscando presentar la información de manera sencilla, para que la información llegue a nuestra audiencia y pueda ser entendida fácilmente.

- ❖ **ANÁLISIS INTERPRETATIVO:** En los casos que se ameritaba se presentaban cuadros para hacer más dinámica la información. Se elaboró pastillas y cápsulas para llevar consejos y procedimientos que mantengan y prioricen las medidas de bioseguridad para mantenernos a salvo del virus del Covid-19 principalmente, pero también de se usó esta práctica con toda la información brindada en la revista.

2.16. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La presente Memoria Laboral permite, a partir de la sistematización del proceso de producción y difusión de la revista informativa Despierta País, las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- ❖ La revista logró su objetivo que es de ser referente informativo, logrando difundir oportunamente información, educación y entretenimiento mediante una estrategia comunicacional organizada y planificada.

- ❖ Una revista informativa necesita de una planificación, elaboración, diseño y coordinación que permita una adecuada producción (Pre-producción, producción y post-producción) y una puesta al aire exitosa.

- ❖ La selección de entrevistas debe ser planificada, esta planificación ayudará a seleccionar la nota que anteceda a la entrevista dando un pie para la realización de la misma, además se podrá también seleccionar las imágenes de apoyo que acompañarán a la entrevista, evitando así que se transforme en una entrevista pesada.

- ❖ La producción de los contenidos de la revista necesita de una agenda de temas coyunturales y de interés general, priorizando siempre los temas que son más importantes para ciudadanía.
- ❖ La difusión de la misma debe contener sectores de información, educativos y de entretenimientos, mismos que ayudarán a conseguir los objetivos con los que fue concebida la misma.
- ❖ El material que se produce debe ser concreto, dinámico y con contenido fácil de entender, además, en lo posible debe ser corto.
- ❖ Los hechos noticiosos que se cubran con las Unidades Móviles deben ser temas de actualidad, hechos recientes, también deben ser temas de actualidad que proporcionen al televidente lo último en información.
- ❖ Para ser beneficiados con la sintonía de los televidentes debemos mantener un lazo directo con ellos, hacer (de forma continua) que participen en la revista mediante comentarios o concursos, haciendo de esta forma que los espectadores sean parte activa del programa.
- ❖ Priorizar los sectores de ayuda social, bolsa de trabajo, mascotas perdidas, este apoyo que se le da a la ciudadanía hace que tengamos, como revista, empatía con los televidentes.
- ❖ Debemos mantener un orden mediante la pauta, para controlar el tiempo y mantener un orden, una planificación y un control de la duración de los sectores que contiene el programa a emitirse.
- ❖ La pauta ayuda a difundir un programa coordinado y no caótico.

- ❖ Teniendo una pauta definida y respetando los tiempos marcados todo el equipo involucrado, en la puesta al aire de la revista, sabe el orden de los sectores que tiene el programa.

- ❖ La pauta también ayuda a que el personal de operaciones prepare anticipadamente por ejemplo la música, los sellos, las imágenes de apoyo, etc.

- ❖ Finalmente, con todos estos pasos cumplidos se logró cumplir con el objetivo general que era el de **RENOVAR LA ESTRUCTURA TELEVISIVA DE LA REVISTA “DESPIERTA PAÍS”, EMITIDA POR ABYA YALA, PARA MEJORAR EL CONTENIDO Y FIDELIZAR LA AUDIENCIA**, identificando el proceso informativo comunicacional, aplicando todo lo aprendido en los años de formación académica en la Universidad Mayor de San Andrés.

ÁREA III

ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA LABORAL

3.1. BREVE BALANCE DEL PENSUM CON EL SE CULMINÓ LA CARRERA

El Plan de Estudios con el que egresé era semestralizado, antes del cambio de currícula aprobada por el Primer Congreso Académico de la Carrera de Comunicación Social 1996.

Los conocimientos y prácticas estudiados en las materias de Redacción, Talleres de Televisión, Lenguaje de la Imagen y Periodismo me permitieron desenvolverse en medios de comunicación masivos como prensa y televisión.

Haciendo una retrospectiva puedo afirmar que una debilidad de la Carrera en los años que realicé mi formación académica fue que los talleres de Radio y Televisión no aportaron en gran magnitud a la formación de profesionales, los equipos con los que se contaban eran manipulados sólo por el ayudante y nos dictaban las clases “prácticas” con una simple explicación, ya que por la cantidad de estudiantes y la condición de los equipos no lográbamos manipular las editoras.

Por experiencia propia y por testimonios puedo afirmar que la práctica se ejerce en las salas de redacción, en salas de edición, en instituciones públicas o privadas, en empresas de publicidad, entre otras instituciones. Considero que la práctica debería empezar en las salas de edición de nuestra carrera, para posteriormente hacer las prácticas guiadas en los medios de comunicación universitarios.

Otra debilidad que identifiqué es la falta de refuerzo en el estudio de corrientes teóricas, métodos de estudio, técnicas y herramientas que permitan que podamos hacer precisos planteamientos y delimitaciones de temas de estudio, aunque también estoy consciente de que los años transcurridos son un factor para olvidar con facilidad la formación académica recibida.

3.2. APRENDIZAJE EN EL PROCESO DE TRABAJO

La investigación para desarrollar la presente Memoria Profesional Académica me permitió profundizar conceptos de comunicación, métodos, entre otros, además, me permitió reformular y poder teorizar todos los conocimientos para poder desarrollar una nueva estructura televisiva para una revista informativa. En esta tarea pude hacer un repaso de conceptos inherentes a este desarrollo.

Con todo el conocimiento académico obtenido en los cinco años de formación en la Carrera pude afrontar el trabajo en varios medios de comunicación, desarrollando con el paso de los años la práctica necesaria para poder afrontar los retos que significaron para mí estar a cargo de la producción y puesta al aire de varios programas de renombre, como es el caso de la producción de la revista Despierta País, además de desarrollar trabajos que realiza un profesional en Comunicación Social.

Entre las tareas que desarrollé y aprendí puedo mencionar:

- ❖ Elaboración de estructura y contenidos de programas
- ❖ Coordinación y puesta al aire de programas televisivos
- ❖ Manejo de equipo de producción y operativo
- ❖ Desarrollo de planes estratégicos comunicacionales
- ❖ Elaboración de notas, pastillas y contenidos
- ❖ Establecer relaciones con Ministerios, Instituciones, Empresas y Profesionales que participan de la revista
- ❖ Monitoreo de televisión, radio y prensa
- ❖ Implementación de estrategias en redes sociales y plataformas digitales
- ❖ Manejo de cartera de clientes, auspiciadores de producto comunicacional

3.3. SUGERENCIAS PARA COMPLEMENTAR LA FORMACIÓN DEL PROFESIONAL EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Los cambios que han traído las nuevas tecnologías de comunicación e información nos deben obligar a replantear el Plan de Estudios de la Carrera de Comunicación Social:

- ❖ Se debe priorizar talleres del manejo de la información en las plataformas existentes mediante la Comunicación Digital, tomando en cuenta la inmediatez de la información que existe ahora el profesional debe tener bases sólidas para el manejo de herramientas tecnológicas digitales. El grueso de informativos, programas y contenidos informativos en general necesitan un manejo diferenciado ahora porque son transmitidos en plataformas digitales.
- ❖ Es importante la implementación de materias de Marketing y comunicación, Planificación Comercial puesto que son necesarias también esas herramientas para poder asegurar la sobrevivencia y subsistencia de un determinado proyecto comunicacional.
- ❖ Por el trabajo que realizo durante tantos años en la corrección ortográfica y de sintaxis puedo sugerir, con insistencia y vehemencia, la implementación de más talleres de Redacción y Lenguaje, el reforzamiento de una correcta y apropiada forma de escribir logrará presentar contenidos profesionales.
- ❖ Es importante también reforzar los cursos de idiomas nativos, es importante llegar a la población que maneja nuestras lenguas nativas porque también tienen el derecho de estar bien informados.
- ❖ Reforzar las materias prácticas, con el fin de formar profesionales distros en teoría y práctica.
- ❖ Diferenciar el pensum para que los estudiantes puedan especializarse en Manejo de Comunicación en Medios y/o Manejo de Comunicación en Organizaciones o Instituciones.

BIBLIOGRAFÍA

BARROSO, Jaime. Realización de los géneros televisivos. España. Editorial Síntesis. 1996.

BERDEGUÉ, Julio. Sistematización de experiencias locales de Desarrollo Agrícola y Rural - Guía Metodológica Versión 3. Honduras: FIDAMERICA y PREVAL. 2000.

BERLO, David. (1984). El proceso de la Comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica. Argentina: EL ATENEO. 1984.

BIAGI, Shirley. Impacto de los medios de Comunicación. Editorial Cengage Learning. 2009.

CONVENIO ANDRÉS BELLO, Televisión infantil: Voces de los niños y de la industria televisiva - Fundación Antonio Restrepo Barco. Colombia. Febrero 2002.

FUNDACIÓN ABYA YALA BOLIVIA. Manual de Estilo Abya Yala Tv. Módulo 1. Bolivia - 2018

GORDILLO, Inmaculada. La hipertelevisión: Géneros y Formatos. Intiyan - Ediciones Ciespal. Quito – Ecuador 2009.

HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos, & Baptista Lucio, Pilar. Metodología de la investigación (6ta. ed.). México. 2014.

HERS, Carl. Producción Televisiva (2da edición). México. 1998.

HORNELAS, Carlos. La Producción de Televisión. México. 2005.

Recuperado: <http://productiontv.pbwiki.com>

MATTELART, Armand. Industria Cultural Génesis de una Idea. Introducción del libro TELEVISIÓN: ENJEUX SANS FRONTIERES. 1981.

MERCADO, Salvador. ¿Cómo hacer una tesis?. México . 2011.

MORENO Valdivia, Ismael, Moreno Valdivia, Antonio, & Moreno Colomo, C. Estrategia Metodológica. El Alto - Bolivia. 2013.

NOVOA, Andrés. Conceptos básicos sobre comunicación. Costa Rica: CATIE. 1980.

RIVERA, Albert. “Somos chulos” propuesta de programa de televisión. Guatemala. 2014.

SOLARINO, Carlos. Cómo hacer Televisión. Madrid. Ediciones Cátedra. 2000.

TORRICO, Erick. Comunicación De las matrices a los enfoques. Quito - Ecuador: "Quipus", CIESPAL. 2010.

TRIGUEROS, Fanny. Guión, Storyboard y Escaleta. Recuperado de: http://www.rntc-la.org/sida/2/la_escaleta.php . 2013.

URRERO, Guzmán. Formatos Televisivos I y Géneros de la Televisión. Cine y Letras, Revista de cultura y tendencias. Recuperado de: [http:// www.guzmanurrero.es/index.php](http://www.guzmanurrero.es/index.php) 2008.

ZETTI, Herbert. Manual de Producción de Televisión (7ma. Edición). México: 2009.