



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA: ANÁLISIS E IMPORTANCIA DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN  
DE TELEVISIÓN, EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA  
FACSO, PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL  
COMUNICADOR SOCIAL**

**PROPUESTA: DISEÑO DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS  
TELEVISIVOS CUYA FINALIDAD ES INSTAURAR UN ÁREA DE PRÁCTICAS  
DE PRODUCCIÓN DE TV Y AUDIOVISUAL EN LA FACSO**

**AUTOR: JUAN CARLOS GONZÁLEZ MURILLO**

**TUTOR: ARQ. WILLIAM TORRES, MSc.**

**Guayaquil, diciembre de 2016**



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA: ANÁLISIS E IMPORTANCIA DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN  
DE TELEVISIÓN, EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA  
FACSO, PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL  
COMUNICADOR SOCIAL**

**PROPUESTA: DISEÑO DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS  
TELEVISIVOS CUYA FINALIDAD ES INSTAURAR UN ÁREA DE PRÁCTICAS  
DE PRODUCCIÓN DE TV Y AUDIOVISUAL EN LA FACSO**

**AUTOR: JUAN CARLOS GONZÁLEZ MURILLO**

**TUTOR: ARQ. WILLIAM TORRES, MSc.**

**Guayaquil, diciembre de 2016**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                         |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------|
| <b>FICHA DE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                         |                |
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                         |                |
| <b>ANÁLISIS E IMPORTANCIA DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN, EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACSO, PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                         |                |
| <b>AUTOR:</b> JUAN CARLOS GONZÁLEZ MURILLO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>TUTOR:</b> ARQ. WILLIAM TORRES, MSc. |                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>REVISORES:</b>                       |                |
| <b>INSTITUCIÓN:</b> UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>FACULTAD:</b> COMUNICACIÓN SOCIAL    |                |
| <b>CARRERA:</b> COMUNICACIÓN SOCIAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                         |                |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> DE 2016                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>No. DE PÁGS:</b>                     |                |
| <b>TÍTULO OBTENIDO:</b> LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                         |                |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                         |                |
| <b>ANÁLISIS E IMPORTANCIA DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN, EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACSO, PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                         |                |
| <p><b>RESUMEN:</b> El presente proyecto permite analizar la carencia que tiene la carrera de Comunicación Social al no contar con un ambiente educativo donde se ejecute la proyección práctica de una sala de producción, que permita fortalecer el desempeño de un futuro comunicador, el profesional de la comunicación debe apropiarse del dominio de las áreas que conforman el campo de la producción de espacios audiovisuales. Esta investigación permite analizar el currículo vigente de la carrera de Comunicación Social y fortalecer el perfil profesional de un comunicador, un experto de la comunicación debe apropiarse del dominio de las áreas que conforman el campo de la producción de espacios audiovisuales. Es necesario que las autoridades en curso estudien esta actual problemática para efectivizar el diseño de una estructura organizacional que demanda una sala de producción de programas televisivos, con el aporte de talleres en asignaturas específicas durante todo los ciclos de estudio, para que al culminar la carrera los egresados sean poseedores de la experiencia que exige el medio y adquieran el dominio de los ámbitos de producción de espacios televisivos, y así evidenciar estas destrezas y habilidades en el campo laboral. Por lo antes expuesto se propone diseñar una sala de producción como recurso pedagógico que fortalezca la formación profesional de la carrera de comunicación social.</p> |                                         |                |
| <b>Palabras claves:</b> Sala de producción, estructura organizacional, formación profesional.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                         |                |
| <b>No. DE REGISTRO</b> (en base de datos):                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>No. DE CLASIFICACIÓN:</b>            |                |
| <b>DIRECCIÓN URL</b> (tesis en la web):                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                         |                |
| <b>ADJUNTO PDF:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Sí (x)</b>                           | <b>No ( )</b>  |
| <b>CONTACTO CON AUTOR/ES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Teléfono:</b>                        | <b>E-mail:</b> |
| <b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Nombre:</b> FACULTAD DE COMUNICACIÓN |                |
| Eco. Eduardo Romero                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | No. Teléfono: 0991143552                |                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | E-mail: eduardo2romero@gmail.com        |                |

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

**DIRECTIVOS**

.....  
**Lcdo. Kléber Loor Valdivieso, MSc.**  
**DECANO**

.....  
**Lcda. Christel Matute Zhuma MSc.**  
**SUBDECANA**

.....  
**Lcdo. Jorge Armanza Astudillo, MSc.**  
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**

.....  
**Ab. Xavier González Cobo**  
**SECRETARIO GENERAL**

## **CERTIFICACIÓN DEL LECTOR- REVISOR**

En mi calidad de docente lector de la facultad de Comunicación Social, por el presente:

### **CERTIFICO**

Que he analizado el proyecto de titulación presentado por Juan Carlos GonzálezMurillo como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de licenciado en la carrera de Comunicación Social.

---

**Lcdo. Lenín Torres A., MSc.**

### **CERTIFICACIÓN DEL DOCENTE - TUTOR**

En mi calidad de docente lector de la facultad de Comunicación Social, por el presente:

#### **CERTIFICO**

Que he analizado el proyecto de titulación presentado por Juan Carlos GonzálezMurillo como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de licenciado en la carrera de Comunicación Social.

---

**Arq. William Torres.**

## **APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR**

Los miembros designados para la sustentación aprueban el trabajo de titulación sobre el tema **ANÁLISIS E IMPORTANCIA DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN, EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACSO, PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL.**

Del egresado:

**Juan Carlos González Murillo**

Carrera: Comunicación Social

Guayaquil, diciembre de 2016

Para constancia firman:

---

---

## **ACTA DE RESPONSABILIDAD**

El egresado de la carrera de Comunicación Social de la facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, el señor **Juan Carlos GonzálezMurillo** deja constancia que es el autor responsable del trabajo de titulación presentado, por lo cual firma:

---

**Juan Carlos GonzálezMurillo**

**C.I.: 0920524311**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Juan González**, declaro que soy el único autor del trabajo titulado: **ANÁLISIS E IMPORTANCIA DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN, EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACSO, PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL**, y autorizo a la Universidad de Guayaquil, para que haga el uso que considere pertinente.

Para que así conste, firmo

---

**Juan Carlos GonzálezMurillo**

**C.I.: 0920524311**

## CERTIFICADO SISTEMA ANTIPLAGIO



|                |                                                     |
|----------------|-----------------------------------------------------|
| Documento      | <a href="#">JCGonzález 4-12-16.docx</a> (D24055030) |
| Presentado     | 2016-12-04 18:34 (-05:00)                           |
| Presentado por | efrain.velez.tacuri@hotmail.com                     |
| Recibido       | efrain.velez.ucsg@analysis.orkund.com               |
| Mensaje        | [Jenny] <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a> |

5% de esta aprox. 33 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 7 fuentes.



Coordinador Departamento del Centro de Producción Secretario Asistente

Coordinador Departamento del Centro de Producción Secretario Asistente

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA  
COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO  
EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA: ANÁLISIS E IMPORTANCIA DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN, EN LA  
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA

FACSO, PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL  
PROPUESTA: DISEÑO DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS TELEVISIVOS

**Fuente:** secure.orkund.com

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En calidad de tutor de la facultad de Comunicación Social, por el presente.

### **CERTIFICO:**

Que he revisado el proyecto de titulación presentado por **Juan Carlos González Murillo** como requisito previo a la aprobación y al desarrollo de la investigación para optar por el grado de licenciado en Comunicación Social.

### **Tema:**

**ANÁLISIS E IMPORTANCIA DE UNA SALA DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN, EN LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FACSO, PARA OPTIMIZAR EL DESEMPEÑO PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL.**

-----  
**C.I.**

**Guayaquil, diciembre de 2016**

## **DEDICATORIA**

Quisiera agradecerle a Dios por permitirme culminar esta prestigiosa carrera, en la cual he aprendido que la perseverancia es fundamental, también agradezco a una pieza fundamental para que este sueño sea realidad, mi esposa Johanna Pazmiño Bajaña quien siempre estuvo apoyándome con sus consejos para que no desmaye en mi lucha.

Agradezco a mi padre Jacinto González, quien es un gran consejero y ejemplo para mi vida.

Y a muchas personas que en silencio me han empujado con cada palabra, con cada hecho, con cada ayuda, muchas cerca y otras lejos, pero siempre con una sola finalidad, ser profesional en el futuro.

No alcanzaría tal vez nombrar a todos y todas las personas que han peleado conmigo esta batalla, pero muchas gracias a cada una de ellas.

A mis grandes maestros por la enseñanza brindada, por cada corrección durante clases y prácticas, a muchos de ellos quienes sin duda los llevo en mi mente puesto que dejaron una inmensa huella en mí ser.

A todos y cada uno de mis compañeros con quienes compartimos el día a día en una aula, reímos, muchas veces nos enojamos, esto propio de la presión de la lucha para obtener el título, gracias queridos amigos.

Y gracias a mi amada facultad que me abrió las puertas para ser parte de su hermosa familia llamada FACSO, la llevaré por siempre en mi mente.

**Juan Carlos González Murillo**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecerle a Dios ya que sin él no lo habría logrado, me dio la fortaleza, ayuda indispensable para terminar esta meta. También a mi querida esposa mi Johannita Pazmiño Bajaña quien fue un pilar fundamental para poder salir adelante y culminar esta etapa tan importante en mi vida.

Agradezco a mi madre Silvia Dorila Murillo Crespo quien junto a mi esposa formaron una fortaleza para mí, igualmente el agradecimiento para mi padre Jacinto González Aguirre quien estuvo junto a mí en momentos difíciles, A mis hermanos Jacinto, Silvia, González Murillo quienes han estado junto a mí siempre, a todos mi tíos, en especial, a mi tío Leonidas González y su esposa Julieta Quintón, y por último agradezco también su total apoyo a mi tío Alfonso González Aguirre, ambos han sido mis consejeros en toda la vida ... Muchas gracias. Por qué no agradecer a la cadena ecuatoriana de televisión TC empresa en la cual presto mis servicios y la cual me ayudó enormemente en circunstancias económicas para solventar mis estudios.

Agradezco a mis grandes compañeros y amigos por su gran apoyo Marcos Quinche, Lourdes Vera Rendón, Christian Sandoval, Rubén Rodríguez., a la Lcda. Jenny Armijo, una gran profesional que me pudo guiar en este proyecto paso a paso, no podía dejar de lado a mi gran amiga la Lcda. Cecilia Galarza quien ya no está entre nosotros, también fue una buena consejera.

A mi tutor Arq. William Torres, quien tuvo mucha paciencia, porque en cada corrección pude ver y descubrir algo nuevo gracias por sus conocimientos. Y a mi amada facultad FACSO por abrirme sus puertas y por confiar en mis habilidades y destrezas; a mis maestros por cada una de sus enseñanzas y porque muchos más que maestros se convirtieron en amigos. Gracias a Dios por la experiencia compartida de todas esas personas quienes las llevo en mi mente.

**Juan Carlos González Murillo**

## RESUMEN

El presente proyecto permite analizar la carencia que tiene la carrera de Comunicación Social al no contar con un ambiente educativo donde se ejecute la proyección práctica de una sala de producción de Tv, que permita fortalecer el desempeño de un futuro comunicador, el profesional en esta área debe apropiarse del dominio de los espacios que conforman el campo de la producción audiovisual. Esta investigación permite analizar el currículo vigente de la carrera de Comunicación Social y fortalecer el perfil profesional de un comunicador, un experto de la comunicación debe apropiarse del dominio de las áreas que conforman el campo de la producción de espacios audiovisuales. Es necesario que las autoridades en curso estudien esta actual problemática para efectivizar el diseño de una estructura organizacional que demanda una sala de producción de programas televisivos, con el aporte de talleres en asignaturas específicas durante todo los ciclos de estudio, para que al culminar la carrera los egresados sean poseedores de la experiencia que exige el medio y adquieran el dominio de los ámbitos de producción de espacios televisivos, y así evidenciar estas destrezas y habilidades en el campo laboral. Por lo antes expuesto se propone diseñar una sala de producción como recurso pedagógico que fortalezca la formación profesional de la carrera de comunicación social.

**Palabras claves:** Sala de producción, estructura organizacional, formación profesional.

## **ABSTRACT**

The present project allows analyzing the lack of the Social Communication career as it does not have an educational environment where the practical projection of a TV production room is executed, which will allow to strengthen the performance of a future communicator, the professional in this area Must appropriate the domain of the spaces that make up the field of audiovisual production. This research allows analyzing the current curriculum of the Social Communication career and strengthening the professional profile of a communicator, an expert of communication must appropriate the domain of the areas that make up the field of the production of audiovisual spaces. It is necessary that the current authorities study this current problem to effect the design of an organizational structure that demands a room for the production of television programs, with the contribution of workshops in specific subjects throughout the study cycles, so that at the end of the career Graduates are the possessors of the experience required by the medium and acquire the mastery of the areas of production of television spaces, and thus demonstrate these skills and abilities in the labor field. For the above, it is proposed to design a production room as a pedagogical resource that strengthens the professional training of the social communication career.

**Keywords:** Production hall, organizational structure, training.

## ÍNDICE

|                                                           |      |
|-----------------------------------------------------------|------|
| REPOSITORIONACIONALENCIENCIAYTECNOLOGÍA.....              | III  |
| DIRECTIVOS.....                                           | IV   |
| CERTIFICACIÓN DEL LECTOR- REVISOR.....                    | V    |
| APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR .....                    | VII  |
| ACTA DE RESPONSABILIDAD .....                             | VIII |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....                              | IX   |
| CERTIFICADO SISTEMA ANTIPLAGIO .....                      | X    |
| Fuente: secure.arkund.com.....                            | X    |
| APROBACIÓNDEL TUTOR.....                                  | XI   |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....                              | X    |
| DEDICATORIA .....                                         | XII  |
| AGRADECIMIENTO .....                                      | XIII |
| RESUMEN .....                                             | XIV  |
| ABSTRACT .....                                            | XV   |
| CAPÍTULO I                                                |      |
| INTRODUCCIÓN .....                                        | 1    |
| 1.1 Planteamiento del problema.....                       | 3    |
| 1.2 Formulación y sistematización del problema.....       | 3    |
| 1.3 Objetivo general.....                                 | 4    |
| 1.4 Objetivos específicos .....                           | 4    |
| 1.5 Justificación e importancia de la investigación ..... | 4    |
| 1.6 Delimitación del problema.....                        | 5    |
| 1.7 Hipótesis .....                                       | 6    |
| CAPÍTULO II.....                                          | 7    |
| MARCO TEÓRICO .....                                       | 7    |
| Marco legal.....                                          |      |
| Marco contextual.....                                     |      |
| Marco conceptual.....                                     |      |
| CAPÍTULO III                                              |      |

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1. Antecedentes de la investigación.....                           | 7  |
| 2.2. Marco teórico .....                                             | 8  |
| 3.2. Tipo de investigación .....                                     | 30 |
| 3.3 Software a utilizar .....                                        | 32 |
| 3.4 Población y muestra .....                                        | 32 |
| 3.5. Técnicas utilizadas en la investigación.....                    | 34 |
| 3.6. Instrumentos .....                                              | 34 |
| 3.8 Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados .....   | 36 |
| CAPÍTULO IV.....                                                     | 42 |
| PROPUESTA.....                                                       | 42 |
| 4.1 Introducción .....                                               | 42 |
| 4.2 Objetivos.....                                                   | 43 |
| 4.2.1 Objetivo General .....                                         | 43 |
| 4.2.2 Objetivos Específicos.....                                     | 43 |
| 4.3 Cronograma de actividades de la propuesta .....                  | 44 |
| 4.4 Beneficiarios .....                                              | 44 |
| 4.5 Presupuesto.....                                                 | 44 |
| 4.6 Justificación .....                                              | 45 |
| 4.7. Contenido de la propuesta .....                                 | 45 |
| 4.8 El trabajo del productor .....                                   | 58 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....                                  | 61 |
| RECOMENDACIONES .....                                                | 62 |
| BIBLIOGRAFÍA .....                                                   | 63 |
| Anexo 1: Encuestas .....                                             | 66 |
| Anexo 2: Entrevistas a personas del medio televisivo .....           | 68 |
| Anexo 3: Documento de certificación de la población en estudio. .... | 76 |
| Anexo 4: Fotos.....                                                  | 78 |

## INDICE DE FIGURA

|                                                                                                                                                                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| FIGURA 1: Mapa de ubicación de la FACSO .....                                                                                                                                                                                       | 6  |
| FIGURA 2: Pénsum académico de licenciatura en Comunicación Social año 2012 .....                                                                                                                                                    | 9  |
| FIGURA 3: Pénsum académico de licenciatura en Comunicación Social año 2016 .....                                                                                                                                                    | 10 |
| FIGURA 4: Equipo de producción de televisión.....                                                                                                                                                                                   | 14 |
| FIGURA 5: Equipo de producción de televisión.....                                                                                                                                                                                   | 15 |
| FIGURA 6: Fase de preproducción con un sistema de escenografía virtual (EV). 17                                                                                                                                                     |    |
| FIGURA 7: Fase de preproducción con un sistema de escenografía virtual (EV). 18                                                                                                                                                     |    |
| FIGURA 8: Fase de postproducción con un sistema de escenografía virtual (EV). .....                                                                                                                                                 | 19 |
| FIGURA 9: La televisión nacional ha sufrido una constante evolución y actualmente es generadora de espacios televisivos que luchan por el rating de la teleaudiencia.....                                                           | 36 |
| FIGURA 10: Considera que el comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos. ....                                                | 37 |
| FIGURA 11: La tecnología con que se despunta la comunicación hace más común el uso de medios digitales y el dominio de la producción televisiva, fortaleciendo la formación de profesionales de la información y comunicación. .... | 38 |
| FIGURA 12: Los estudiantes de la carrera de Comunicación Social desarrollan dominio y habilidades en destrezas teóricas prácticas del campo de la producción de espacios televisivos. ....                                          | 39 |

|                                                                                                                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| FIGURA 13: Cree usted que las autoridades pertinentes deben promover estrategias de innovación en la aplicación de los conocimientos de producción de espacios audiovisuales. ....                | 40 |
| FIGURA 14: Considera que el diseño de una sala organizacional de producción, fortalecería el pensum académico de la FACSO y así optimizaría el desempeño profesional del comunicador social. .... | 41 |
| FIGURA 15: Coordinación del Departamento de la Sala de Producción .....                                                                                                                           | 46 |
| FIGURA 16: Diseño de una sala de producción de programas de televisión.....                                                                                                                       | 47 |
| FIGURA 17: Programa de estudio de una sala de producción de televisión.....                                                                                                                       | 48 |
| FIGURA 18: El plató.....                                                                                                                                                                          | 49 |
| FIGURA 19: Sala de Control de Cámaras .....                                                                                                                                                       | 50 |
| FIGURA 20: Realtime .....                                                                                                                                                                         | 60 |

## INDICE DE TABLA

|                                                                                                                                                                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabla 1: Población en estudio .....                                                                                                                                                                                               | 32 |
| TABLA 2: Muestra en estudio .....                                                                                                                                                                                                 | 33 |
| TABLA 3: Tamaño de la muestra .....                                                                                                                                                                                               | 33 |
| TABLA 4: Operacionalización de las variables .....                                                                                                                                                                                | 35 |
| TABLA 5: La televisión nacional ha sufrido una constante evolución y actualmente es generadora de espacios televisivos que luchan por el rating de la teleaudiencia.....                                                          | 36 |
| TABLA 6: Considera que el comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos. ....                                                | 37 |
| TABLA 7: La tecnología con que se despunta la comunicación hace más común el uso de medios digitales y el dominio de la producción televisiva, fortaleciendo la formación de profesionales de la información y comunicación. .... | 38 |
| TABLA 8: Los estudiantes de la carrera de Comunicación Social desarrollan dominio y habilidades en destrezas teóricas prácticas del campo de la producción de espacios televisivos. ....                                          | 39 |

|                                                                                                                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| TABLA 9: Cree usted que las autoridades pertinentes deben promover estrategias de innovación en la aplicación de los conocimientos de producción de espacios audiovisuales. ....                 | 40 |
| TABLA 10: Considera que el diseño de una sala organizacional de producción, fortalecería el pensum académico de la FACSO y así optimizaría el desempeño profesional del comunicador social. .... | 41 |
| TABLA 11: Cronograma de actividades de la propuesta. ....                                                                                                                                        | 44 |
| TABLA 12: Presupuesto de la propuesta .....                                                                                                                                                      | 44 |

## INTRODUCCIÒN

La FACSO haciendo valer su denominación desde sus inicios hasta la presente, se ha relacionado en forma activa con la comunidad, sembrando en la sociedad el pluralismo, la empatía, el análisis crítico y la excelencia académica, transformando las salas de estudio en laboratorios de producción de programas de los diferentes medios de comunicación. El presente trabajo plantea como principal objetivo analizar la importancia de diseñar una sala organizacional de producción de televisión en la FACSO, para optimizar el desempeño profesional del comunicador social.

Este proyecto demanda un diseño de investigación que delimiten procesos de métodos científicos, descriptivos y explicativos que permitan establecer una relación entre las variables propuestas como son la optimización del desempeño profesional del comunicador social y la creación de una sala de producción de televisión. A través de la aplicación de los instrumentos de investigación como son las entrevistas y encuestas a los estudiantes de la carrera de comunicación social y profesionales del medio televisivo se confirma la hipótesis planteada en el capítulo I, por lo que se plantea como propuesta del mismo que el diseño de una sala de producción de televisión en la FACSO, optimizaría el desempeño profesional del comunicador social en su campo laboral.

La facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, representa un emblema académico que ha permitido graduar a numerosos profesionales de la comunicación e información. La facultad de Comunicación Social analiza y optimiza sus procesos curriculares como lo exigen las autoridades pertinentes, para descubrir las potencialidades de los futuros comunicadores sociales en los años de estudio de su preparación universitaria y posteriormente aplicarlas en el campo laboral, desarrollando la formación integral del profesional de la comunicación. (Universidad de Guayaquil. FACSO, 2011).

La metodológica se estructura en la aplicación del método científico con la investigación descriptiva y explicativa, donde las encuestas hechas a la muestra seleccionada que son los estudiantes de la carrera de comunicación social ha sido

un apoyo invaluable a la propuesta del proyecto de diseñar una sala de producción de programas televisivos cuya finalidad de instaurar áreas de prácticas de producción de tv. y audiovisual en la FACSO

Esta investigación está dirigida a maestros, estudiantes, coordinadores y demás profesionales del área de la carrera de Comunicación Social que desarrollen trabajos de producción televisiva o audiovisual.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 Planteamiento del problema**

El presente proyecto analiza el estudio de la importancia de instaurar una sala organizacional de producción de televisión que fortalezca el pensum académico de la FACSO, para optimizar el desempeño profesional del comunicador social por las falencias que presentan en el campo laboral los egresados de la facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil. Aunque es elevado el currículo de la carrera ciertas áreas de estudio se presentan debilitadas por la poca aplicación del conocimiento teórico-práctico.

La FACSO proporciona en los cuatro años de carrera una malla curricular muy amplia y de mucho aprendizaje significativo para el futuro licenciado de comunicación social, pero la demanda tecnológica del presente siglo, obliga a este círculo profesional ir a la vanguardia de los cambios del periodismo Online, por lo que se hace prioritario evidenciar la aplicación práctica de asignaturas de gran relevancia en este pensum académico como son Periodismo en televisión, Producción de tv. y realización de audiovisuales, Practica de diseño multimedia. Los comunicadores sociales presentan falencias en el campo laboral por no haber experimentado espacios que exige el manejo del progresismo de las telecomunicaciones, y analizar la importancia de instaurar una sala organizacional de producción en la facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil se vuelve un punto prioritario para optimizar el desempeño profesional del comunicador social del Ecuador. (Damari, 2016)

#### **1.2 Formulación y sistematización del problema**

La problemática expuesta obliga aplicar estrategias académicas que permitan optimizar el perfil del egresado de la carrera de comunicación social y así elevar el nivel del periodismo ecuatoriano.

- ¿Qué exigencias tecnológicas demanda la producción de programas de televisión?
- ¿Cuál es el perfil profesional que demanda el actual comunicador social?
- ¿Cómo influye analizar la importancia de diseñar una sala de producción de televisión en la FACSO, para optimizar el desempeño profesional del comunicador social?

### **1.3 Objetivo general**

- Analizar la optimización del desempeño profesional del comunicador social de FACSO, a través del diseño de una sala de producción de programas de televisión.

### **1.4 Objetivos específicos**

- Estimar las experiencias profesionales de los egresados de la carrera de Comunicación Social para analizar ventajas y desventajas de las actividades teóricas prácticas que brinda la malla curricular vigente.
- Proponer a las autoridades pertinentes la innovación de estrategias en el manejo de los conocimientos en el campo de la producción de espacios audiovisuales.
- Diseñar una sala de producción de programas televisivos cuya finalidad es instaurar una área práctica de producción de Tv y audiovisual en la FACSO

### **1.5 Justificación e importancia de la investigación**

Esta investigación permitirá plantear nuevas expectativas en el desarrollo de la temática curricular de la carrera de Comunicación Social. Actualmente los egresados de esta carrera afrontan retos y desafíos propios de la nueva era tecnológica que vivimos y si a esto le sumamos la poca o nula capacitación de los desempeños de producción que brinda la universidad y que son exigidos en el campo laboral, se tiene como resultado profesionales que tendrán que “aprender”

y/o perfeccionar estas destrezas en el día a día laboral, no hay que olvidar que la práctica hace al maestro.

Hay que optimizar el periodismo ecuatoriano, la televisión nacional como generadora de espacios televisivos ha sufrido una evolución a la inversa, donde la lucha del rating permite confundir géneros y trastocar la sensibilidad de la teleaudiencia. La magia de la televisión en el Ecuador y en el mundo, causa más alegrías que tristezas y que en el plano periodístico este es un espectáculo y como tal demanda mayor profesionalismo en su edición, producción y difusión, porque tiene características de gran exigencia desde el desarrollo del guión, cuya base principal es la planeación de tomas de textos y comentarios hasta su presentación casi siempre en vivo. (Géneros Televisivos, 2011).

Es necesario que las autoridades en curso estudien esta actual problemática para efectivizar el diseño de una estructura organizacional que demanda una sala de producción de programas informativos con el aporte de talleres en asignaturas durante todo los ciclos de estudio para que al culminar la carrera sean poseedores de la experiencia y adquieran el dominio de los ámbitos de producción de espacios televisivos, y así evidenciar estas destrezas y habilidades en el campo laboral.

## **1.6 Delimitación del problema**

**Objeto de la investigación:** Producción de Tv y audiovisual

**Área:** Ciencias sociales.

**Campo de acción:** FACSO, Universidad de Guayaquil.

**Ubicación geoespacial:** Provincia: Guayas. Ciudad: Guayaquil

**Dirección:** Ciudadela Quiquis. Eugenio Espejo entre Héctor Toscano y Abel Romero Castillo

**Tema:** Análisis e importancia de una sala de producción de televisión, en la carrera de Comunicación Social de la FACSO, para optimizar el desempeño profesional del comunicador social.

**FIGURA 1: Mapa de ubicación de la FACSO**



**Fuente:** (Google.com, 2016).

## **1.7 Hipótesis**

- El diseño de una sala de producción de televisión en la FACSO, optimizaría el desempeño profesional del comunicador social en su campo laboral.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

Aparentemente el periodismo como tal es una fuente de información, durante el transcurso del tiempo ha tenido que afrontar grandes dificultades como son los cambios radicales del progreso, en la actualidad los campos más visitados es el medio televisivo y luego el radial, ya que la prensa escrita es cada vez menos aceptada en la población y el mayor perjuicio que ha causado en la nueva generación es la poca práctica de la emisión de un juicio crítico argumentativo. La labor del comunicador social es investigar, comprobar y difundir toda información a la ciudadanía con parámetros que enmarcan la ética profesional.

Entre las carreras que oferta la FACSIO se encuentra la licenciatura en Comunicación Social que dura 4 años de estudio

Aparece en el año 1944 el primer curso libre de periodismo creado por la Universidad Central del Ecuador, bajo la supervisión del eminente profesional Emilio García Silva, este sería el origen de un gran avance en la educación superior, un año más tarde en 1945 se aprueba la creación de escuelas de periodismo en ciudades como Guayaquil y Quito. A través del decreto publicado en el registro oficial No. 312 pág. 2610 del 22 de junio de ese año.

Encontrándose la Facultad de Filosofía bajo la dirección del Prof. Francisco Huerta Rendón, se aprueba desde el H. Consejo Universitario de la ciudad de Guayaquil la legalidad de la escuela de periodismo, siendo su primer director el ilustre ciudadano Dr. Abel Romeo Castillo.

Con toda la trayectoria y el camino recorrido por profesionales del periodismo hasta esta fecha no es sino hasta el año 1965 cuando el H. Consejo Universitario finalmente da luz verde a la escuela de Ciencias de la Información, en 1967 cambia de nombre a escuela de Ciencias de la Comunicación Social, ya en 1980 se crea la facultad de Comunicación Social, en manos del ilustre Abel Romeo Castillo, en la primera junta de facultad se designa a la Dra. Cumandá Gamboa de Zelaya como Decana.

## **2.2. Marco teórico**

### **2.2.1. Perfil de la carrera de Comunicación Social**

El periodismo es una actividad que debe encontrarse siempre al servicio de la comunidad, como tal resulta ser una fuente de información cuyo principal objetivo es dar a conocer hechos o acontecimientos que son de interés público. Conocido como el cuarto poder debido a la influencia marcada que puede ejercer en la ciudadanía, es sin duda el eslabón faltante en las decisiones de la ciudadanía.

De las necesidades ciudadanas se desprende la variedad en información, todas con un mismo objetivo, informar, a la vez que ayuda a la ciudadanía a formar un juicio crítico con un argumento válido ante las diferentes perspectivas y diferentes visiones que ofrece la gama de comunicadores sociales, todo esto posible gracias a la influencia que la comunicación ejerce. Así mismo como a los cambios radicales a través del tiempo motivando directamente a la prensa televisiva, la radial no así, con la prensa escrita, ya que esta ha sido devaluada. Sin embargo actualmente se oferta en Educación Superior la licenciatura en Comunicación Social, cuyo transcurso atraviesa por 4 años, tiempo en el que se forman los profesionales de la comunicación.

### **2.2.2 Misión y Visión de la facultad de Comunicación Social**

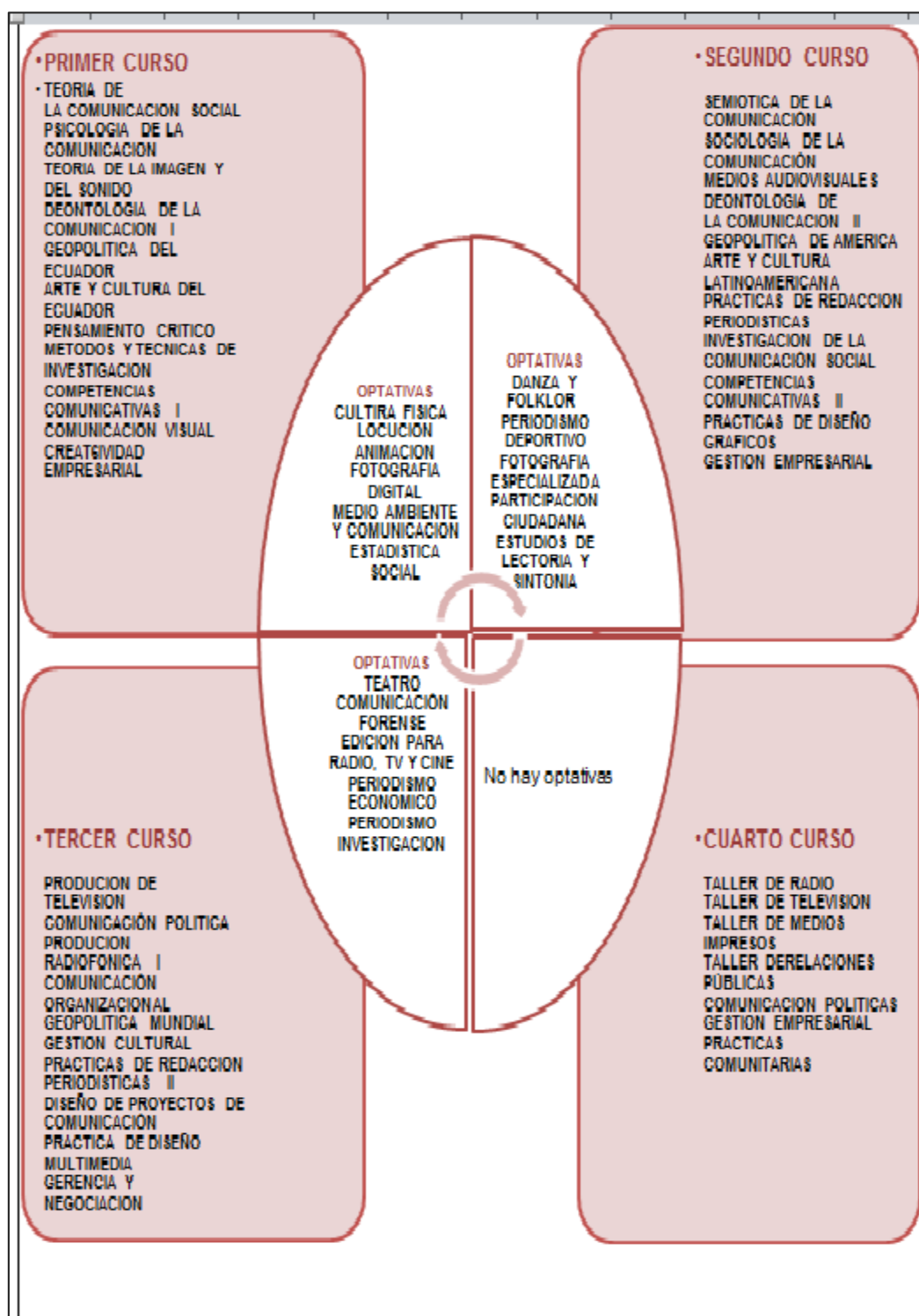
#### **Misión**

Formar profesionales en el área de Comunicación Social, Publicidad y Mercadotecnia, Diseño Gráfico. Turismo y Hotelería; incentivando la investigación, desarrollando su capacidad crítica frente a la problemática social y política que asegure su compromiso con la sociedad.

#### **Visión**

Líder regional en la formación de profesionales, investigación y servicio la comunidad en el área de la Comunicación Social.(Damari, repositorio.ug.edu.ec/, 2016)

**FIGURA 2: Pénsum académico de licenciatura en Comunicación Social año 2012**



Fuente: (facsoblogsm12, 2012)

**FIGURA 3: Pénsum académico de licenciatura en Comunicación Social año 2016**

|                     |   |                                                                 |                                                       |                                                                 |                                                        |                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>Misión</b><br><br><b>Visión</b><br><br><b>Perfil</b><br><br><b>Malla</b><br><br><b>Organigrama</b> | 1 | 002 LENGUAJE Y COMUNICACION_CS_GSGS CR [ ]                      | 003 ETICA Y LEGISLACION APLICADA_CS_GSGS CR [ ]       | 004 FILOSOFIA DE LA COMUNICACIÓN CR [ ]                         | 006 COMUNICACION VISUAL_CS_GSGS CR [ ]                 | 009 PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN CR [ ]  |
|                                                                                                       | 2 | 008 COMPETENCIAS COMUNICATIVAS_CS_GSGS CR [002]                 | 001 GEOPOLITICA DEL ECUADOR_CS_GSGS CR [ ]            | 005 METODOS Y TECNICAS DE INVESTIGACIÓN CR [ ]                  | 007 TALLER DE VINCULACIÓN COMUNITARIA CR [ ]           | 011 COMPUTACIÓN I CR [ ]                  |
|                                                                                                       | 3 | 015 TALLER DE CREACIÓN LITERARIA Y REDACCIÓN PERIODIST CR [008] | 017 SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN CR [007]            | 018 ESTADISTICA PARA COMUNICADORES CR [005]                     | 019 GEOPOLITICA DE AMERICA Y EL MUNDO CR [001]         | 020 INGLES II_CS_GSGS CR [010]            |
|                                                                                                       | 4 | 022 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CR [006]                             | 023 PERIODISMO COMUNITARIO_CS_GSGS CR [017]           | 024 PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN_CS_GSGS CR [018]                | 025 DERECHO A LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN I CR [003] | 026 INGLES ESPECIALIZADO CR [020]         |
|                                                                                                       | 5 | 027 TALLER DE PRODUCCIÓN PERIODISTICA_CS_GSGS CR [021]          | 030 INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN_CS_GSGS CR [024] | 031 DERECHO A LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN II_CS_GSGS CR [025] | 032 COMUNICACION MULTIMEDIA I_CS_GSGS CR [011]         | 028 MARKETING Y PUBLICIDAD_CS_GSGS CR [ ] |
|                                                                                                       | 6 | 035 PERIODISMO DE OPINIÓN_CS_GSGS CR [029]                      | 036 PERIODISMO CIENTIFICO_CS_GSGS CR [030]            | 037 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN_CS_GSGS CR [031] | 038 COMUNICACIÓN MULTIMEDIA II CR [032]                | 033 PRODUCCIÓN RADIOFONICA I CR [ ]       |
|                                                                                                       | 7 | 039 PRODUCCIÓN RADIOFONICA II CR [033]                          | 040 PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN II CR [034]              | 042 DISEÑO DE ANTEPROYECTO DE TITULACIÓN CR [036]               | 043 PROYECTOS DE EMPRESAS DE COMUNICACIÓN CR [037]     | 041 PRÁCTICAS COMUNITARIAS CR [ ]         |
|                                                                                                       |   |                                                                 |                                                       |                                                                 |                                                        | 044 COMUNICACION ORGANIZACIONAL CR [ ]    |

**Fuente:**(Social, 2016)

### **2.2.3. El desempeño profesional de un Comunicador social**

La FACSO, como escuela de Comunicación Social analiza y perfecciona sus procesos curriculares como lo exigen las autoridades pertinentes, para descubrir las potencialidades de los futuros comunicadores sociales en los años de estudio de su preparación universitaria y posteriormente aplicarlas en el campo laboral, desarrollando la formación integral del profesional de la comunicación que tendrá que enfrentar una fase poli funcional en el medio de la comunicación-

Hay que optimizar el periodismo ecuatoriano en cualquiera de sus facetas, desde la tradicional comunicación escrita hasta la exigente y demandada tendencia tecnológica actual. La televisión nacional como generadora de espacios televisivos ha sufrido una evolución a la inversa, donde la lucha del rating permite confundir géneros y trastocar la sensibilidad de la teleaudiencia. La magia de la televisión en el Ecuador y en el mundo, causa más alegrías que tristezas y que en el plano periodístico este es un espectáculo y como tal demanda mayor profesionalismo en su edición, producción y difusión, porque tiene características de gran exigencia desde el desarrollo del guion, cuya base principal es la planeación de tomas de textos y comentarios hasta su presentación casi siempre en vivo. (Géneros Televisivos, 2011).

Es de vital prioridad que las autoridades en curso analicen esta actual problemática, como es la experiencia de desempeños propios que asume el rol funcional del comunicador social en servicio activo, para efectivizar el diseño de una estructura organizacional que demanda una sala de producción de programas informativos con el aporte de talleres en asignaturas durante todo los ciclos de estudio para que al culminar la carrera sean poseedores de la experiencia y adquieran el dominio de los ámbitos de producción de espacios.

### **2.2.4. La comunicación y la producción de TV y medios digitales**

En la actualidad, la tecnología con que se despunta la comunicación hace más común el uso de medios digitales y el dominio de la producción televisiva, esto a su vez ayuda en la formación de profesionales dentro del marco de la creación audiovisual, así mismo impulsa aún más la necesidad de profesionales cuya

mente creativa y emprendedora sea cada vez más ávida y anhelan mayor profesionalización, esto de la mano del crecimiento y aparición de medios de comunicación donde exista la necesidad de captar la atención a través de contenidos audiovisuales haciendo la diferencia en cuanto a oportunidades laborales de los medios de comunicación.

#### **2.2.5. Equipo de producción de televisión**

Dícese de la capacidad de realizar producciones de buena calidad y fomentar la producción nacional independiente, orientando y estimulando hacia los conocimientos teórico-prácticos que se dan en la producción informativa.

¿Alguna vez te has preguntado cuáles son las funciones de un Productor Ejecutivo, de un Director de Producción o de un Jefe de Producción?

##### **Funciones del productor ejecutivo:**

1. Diseña y desarrolla el proyecto, de acuerdo a una escala de producción. Se responsabiliza de los gastos incurridos en este período.
2. Establece y mantiene la relación con el director.
3. Interviene en la elección del reparto protagonista y gestiona su contratación.
4. Aprueba el plan de trabajo y el presupuesto, incluidas posteriores modificaciones.
5. Adecua el calendario de ingresos al calendario de pagos.
6. Interviene en la decisión de los elementos que componen la banda sonora y gestiona su contratación.
7. Controla y hace el seguimiento del proceso de producción y post-producción hasta la entrega de la copia standard, fundamentalmente en todo lo que concierne al resultado final de la película.

##### **Funciones del director de producción:**

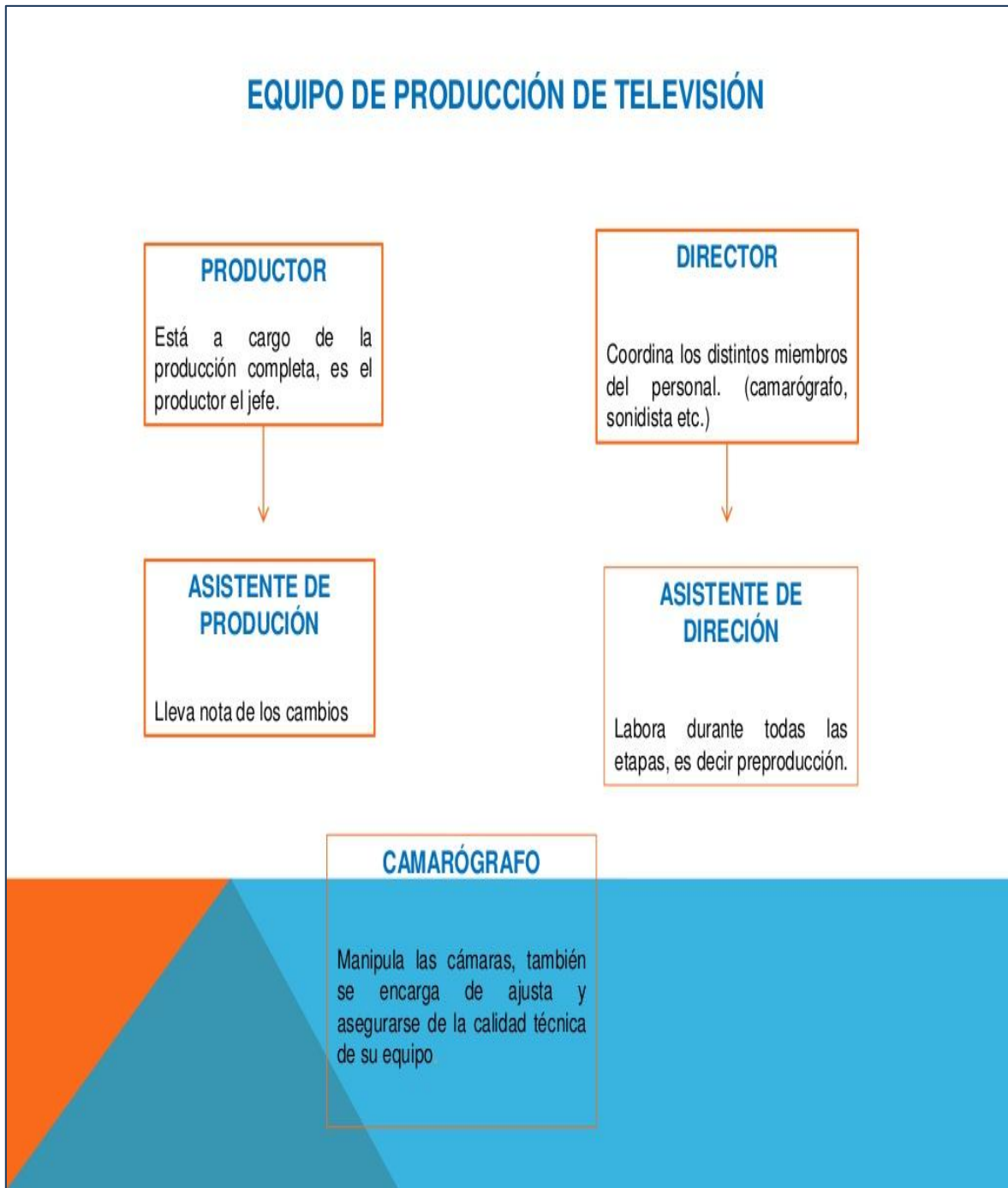
1. Elabora y gestiona el plan de trabajo y el presupuesto.
2. Confecciona el calendario de pagos.

3. Si es requerido, gestiona la contratación del reparto protagonista.
4. Contrata y gestiona los recursos humanos (artísticos y técnicos), materiales y logísticos, de acuerdo al plan de trabajo y presupuesto aprobados.
5. Gestiona y supervisa el proceso de producción, incluyendo la orden de trabajo y toda la documentación generada durante el proceso.
6. Si es requerido, gestiona y supervisa el proceso de post-producción.
7. Supervisa el cumplimiento del plan de prevención de riesgos laborales de la empresa.
8. Controla y hace el seguimiento del presupuesto durante todo el proceso y hasta la finalización de su compromiso contractual, teniendo como resultado la entrega de un balance de situación.

#### **Funciones del jefe de producción:**

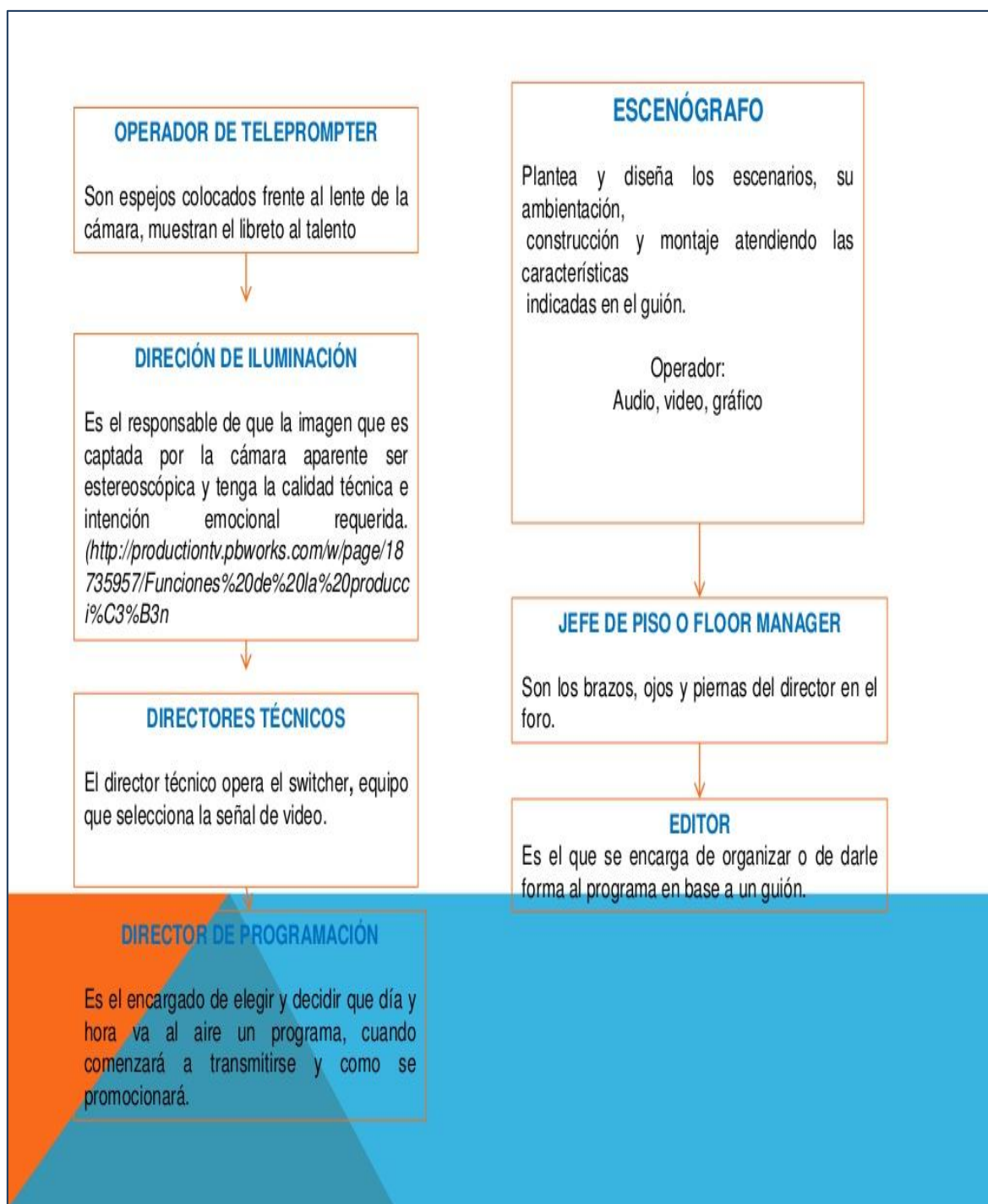
1. Representa al Director de Producción y coordina el departamento de producción de rodaje.
2. Coordina y contrata la logística de localización y de rodaje y, en caso de ser requerido, también gestiona y contrata recursos humanos, materiales y logísticos.
3. Elabora la orden de trabajo diaria junto con el ayudante de Dirección.
4. Ejecuta y hace cumplir el plan de prevención de riesgos laborales.
5. Cumple y hace cumplir las normas de contratación, conservación y civismo de los lugares de trabajo

**FIGURA 4: Equipo de producción de televisión**



**Fuente:** (Tibysm, 2015)

**FIGURA 5: Equipo de producción de televisión.**



**Fuente:** (Tibysm, 2015)

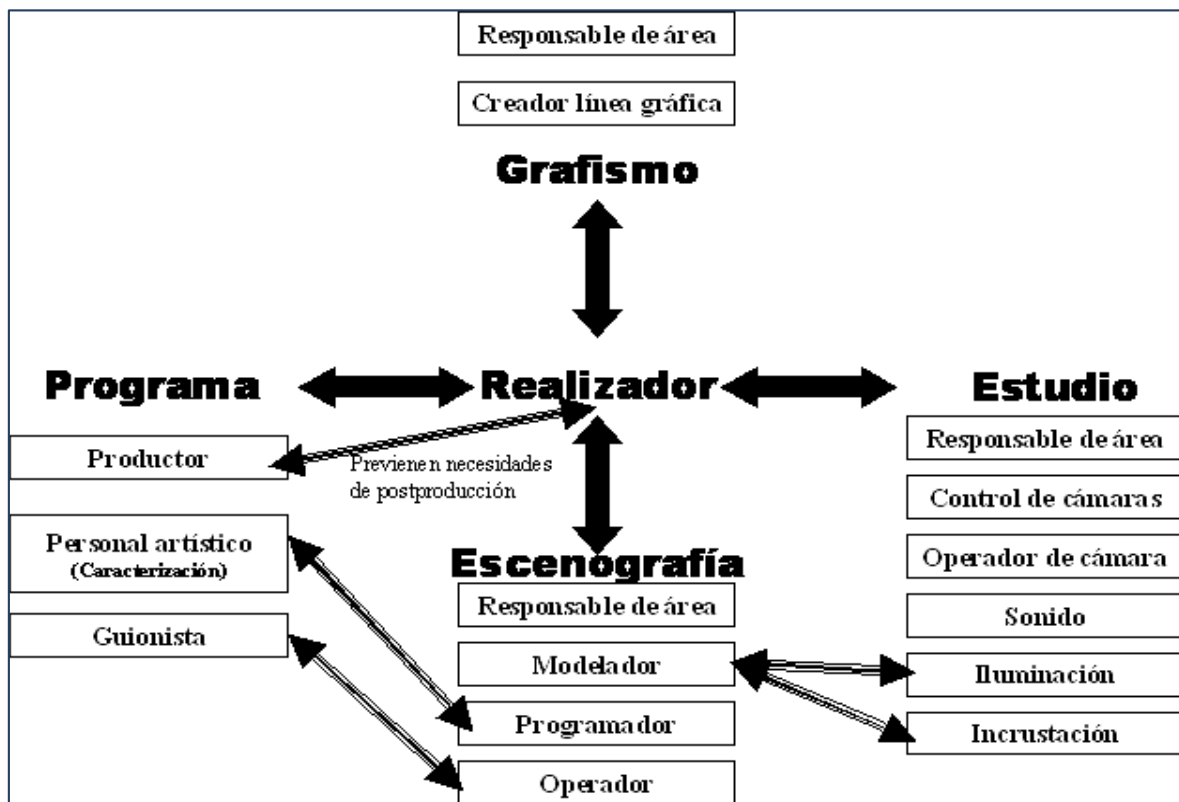
## **Fase de preproducción de un programa de televisión con escenografía virtual (EV)**

Para esta fase de pre-producción de un programa se cuenta con un sinnúmero de profesionales de entre los que se destaca el Realizador, quien tiene en sus manos la coordinación del equipo humano dentro del estudio de televisión, además de coordinar y supervisar todo el proceso de realización del programa, así como: tareas técnicas y artísticas necesarias, producción, escenografía, guion, operativo técnico, post-producción, grafismo, caracterización y demás personal artístico

Teniendo en cuenta la dimensión técnica y artística, a la vez conseguir la optimización de medios técnicos y humanos, los mismos que deben estar acordes a la dimensión económica, la misma que es responsabilidad del área de producción donde se coordina y genera los aspectos económicos y de organización del programa con el objetivo de optimizar medios que cubran necesidades técnicas y artísticas del realizador.

El producto final audiovisual se divide en 3 etapas: La preproducción, la producción y la postproducción, el correcto desarrollo de cada una dará como resultado final la exposición de una investigación optima y acorde a las necesidades de la comunidad a la que sirve el medio.

**FIGURA 6: Fase de preproducción con un sistema de escenografía virtual (EV).**



Fuente: (Cubillo, 2008)

### Fase de producción

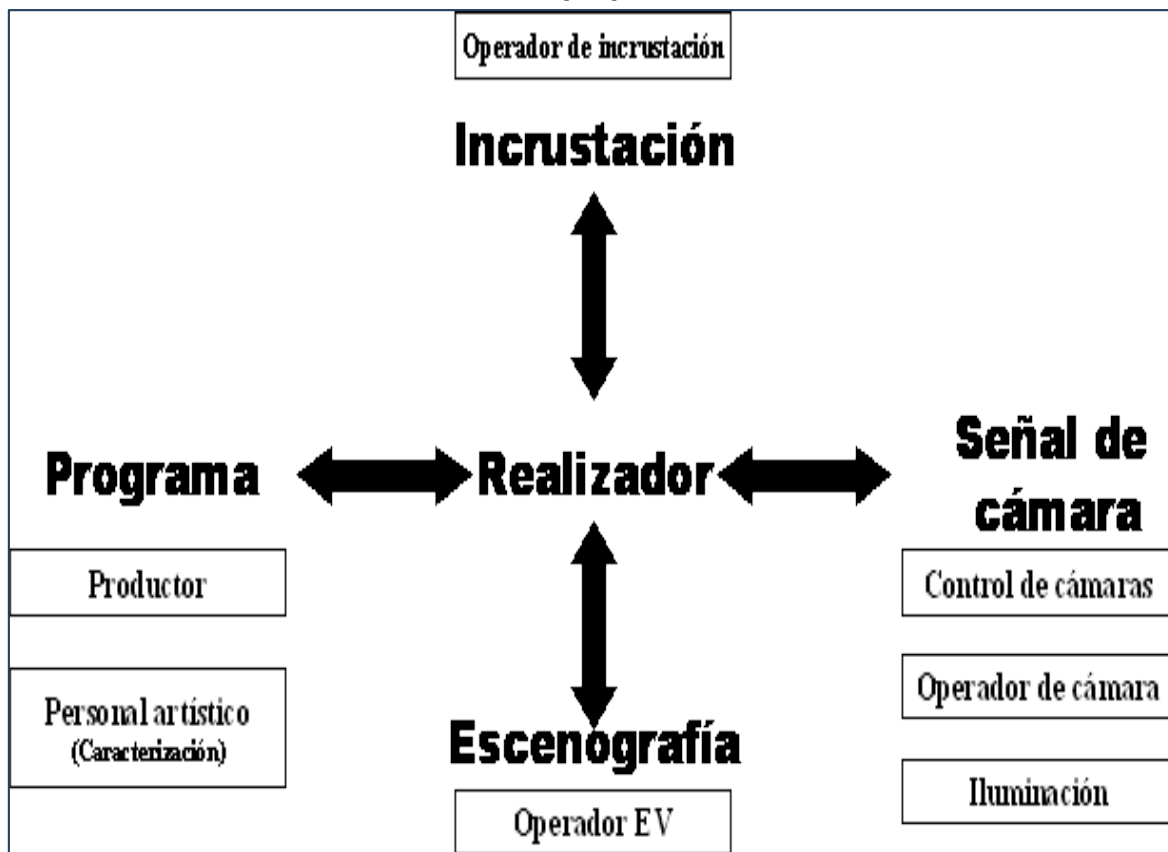
Se puede observar claramente la labor que lleva a cabo el realizador, esto en torno a la utilización del escenario virtual al inicio de la producción, el mismo incluye la grabación y emisión del programa.

La figura6 da una idea de cómo se lleva a cabo la producción de un programa, enfatizando claramente en la labor que lleva a cabo el realizador, su pericia al momento de evitar limitaciones técnicas que de una u otra forma aparecen en la escenografía virtual que se utiliza y así potenciar los medios de que dispone el sistema.

El escenario virtual pone el toque final de confianza, esto debido al funcionamiento que se lleve a cabo, además de que se le presentaran problemas comunes como

la incrustación, señal de la cámara, seguridad en el sistema, personal artístico, escenario virtual u operativo técnico del estudio de televisión.

**FIGURA 7: Fase de preproducción con un sistema de escenografía virtual (EV).**



**Fuente:** (Cubillo, 2008)

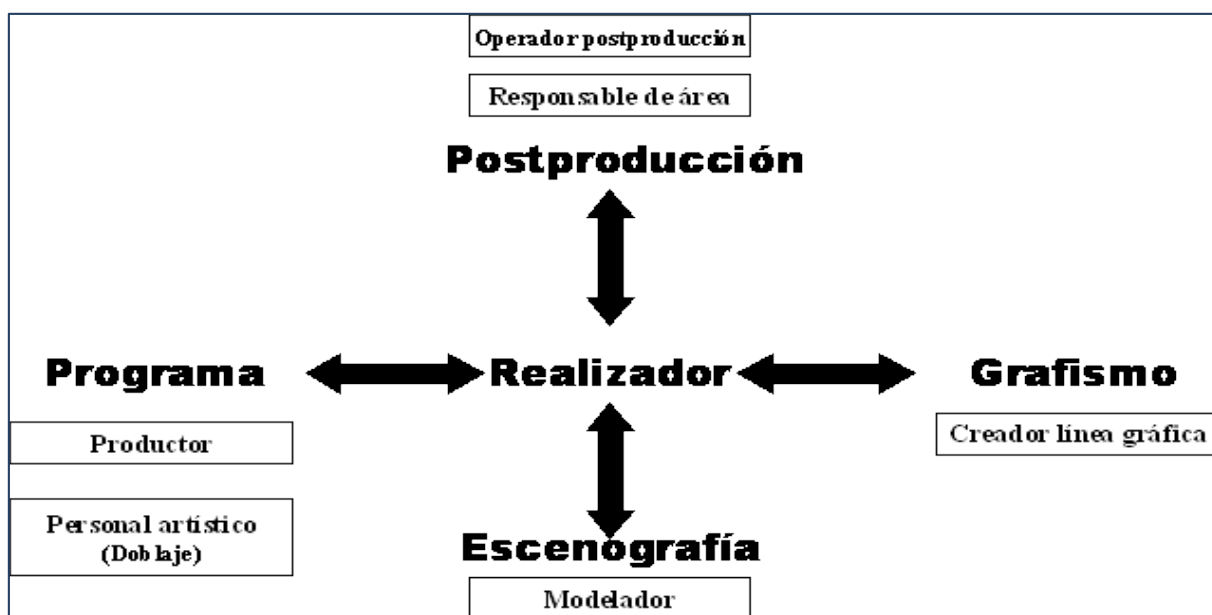
### **Fase de postproducción**

Al darse por terminado el proceso de grabación del programa en el estudio, allí empieza la fase de post-producción, es aquella que incluye los pasos que se dan después de la grabación en el estudio.

Al observar la figura8 se puede ver claramente que el realizador puede hacer uso de algún elemento gráfico el mismo que debe ser proporcionado por el departamento de grafismo, en el caso de no haber limitación de espacios en tiempo real los modelos se elaboran con extrema calidad. El operador de la post-

producción pasa a ser el protagonista experto en edición digital de imágenes, además de llevar a cabo el montaje, corrección de efectos visuales. Siendo al final el realizador y su equipo de trabajo el mismo que colabora en el doblaje y sonido requeridos.

**FIGURA 8: Fase de postproducción con un sistema de escenografía virtual (EV).**



Fuente: (Cubillo, 2008)

#### 2.2.6. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

Para David Morley aquella idea de audiencia colectiva frente al público se origina en los años 80, muy a pesar de que inicial aparición sucede dos décadas antes. Sostiene la tesis de que los recibidores mantienen su lógica ante la razón de los medios. La productividad, el interés y el público no se pueden divorciar y a la vez formular estratos de pensamientos diferentes los mismos que se promulgan como pilar fundamental de la comunicación a gran escala. Haciendo énfasis en el inicio del entorno del que se rodea la colectividad dando lugar al entendimiento del mensaje enviado enmarcando culturas y jerarquización social.

No es si no hasta 1996 cuando se resalta la verdadera importancia del recibimiento del mensaje ya no enmarcada hacia la satisfacción de necesidades personales sino más bien en analizar diferentes tendencias entre la jerarquía social y el entorno cultural esto debido a la contraposición entre la sociedad y la cultura. Enmarca el concepto de subcultura como una organización direccional y camino de comunicación dando lugar a la negociación en lugar de la oposición. Siendo este el origen de la hegemonía del mensaje, donde se interpreta correctamente la jerarquía social del receptor del mensaje y a la vez aparece la oposición del decodificador con un relato diferente obligando a una lógica disyuntiva. Aparece Mario Wolf funde lo esencial de la disparidad entre el colectivo humano y las audiencias haciendo énfasis en la poca pasividad, la concurrencia se haya direccionada debido a “la necesidad de obtener información, esta necesidad háyase actualmente en las acciones existentes, la lógica específica, y la memoria selectiva” (Wolf, 1990: 21-153).

Para evidenciar un planteamiento mayormente gráfico y que lleve a la conciliación, tenemos aquí a Denis Mc Quail, quien indica: “en el ejercicio de la comunicación, lo que se lleva a cabo es la veeduría de unos de puntos opuestos, la multitud y otro pequeño colectivo de igual origen, así se consigue ubicar a la audiencia real en una situación media” (Mc Quail 1991).

Gustavo Hernández argumenta la utilización de una denominada “caja negra”, la misma que se convierte en una herramienta que va más allá de análisis numérico de audiencia, evidenciando resultados entre la oferta pública y privada; así como la comunidad toda, la llamada caja negra que luego del análisis de su utilidad se enmarca en la representación del sujeto constructor e intérprete de disertaciones polisémicas. Este mismo constructor pasa a ser el actor en toda su dimensión psicosocial, cultural e histórica, diversa, desigual y no diagnosticable. Definiendo así a la audiencia de comunicación colectiva, bajo términos generales, como el pueblo y su análisis, sobre la dirección de la que se hace responsable los medios masivos” (Hernández 2005).

El medio cuantitativo pasa a ser la forma más viable de medir la rentabilidad de la producción de bienes privados. Pero, esto no implica que el valor público sea el objetivo final de dicha actividad comunicacional. En medios de comunicación como lo son la TV pública se piensa en producción como estrategia primordial, la forma en que se habla de bienestar pasa a ser sinónimo de bienestar de producción. Dando lugar a la buena comunicación como parte de un proceso social y político conjugando actores como beneficiarios esto refiriéndonos a la sociedad.

La conjunción entre el canal, el mensaje emitido, y las audiencias es lo que da lugar a determinar el equilibrio entre la supervisión del Estado como ente auditor de la comunicación, enmarcado en razón de generar valor público, convirtiéndose la estrategia de integración a la vida diaria resulta ser la llave de captación televisiva en la comunidad, siempre y cuando el producto final no se halle sobre-determinado por la lógica de la productividad.

Con la globalización se conjugó el uso de internet y las relaciones con la humanidad entera, resulta ser la abundancia sinónimo de valor, esto medido en visitas y productos indirectos o externos, así es como Jeremy Rifkin hace referencia a la edad contemporánea y la sociedad como la “época del acceso”. Este mismo hecho globalizado ha sido la causa principal de la desintegración de los argumentos de la vida moderna. Aquello que motivaba al hombre a la conflictividad diaria poco a poco va siendo sepultado por una nueva actualidad económica, la misma que aporta a la revalorización del nexo y límite que a su vez determinara las relaciones humanas en épocas futuras. Actualmente, tenemos un mercado más abierto a las redes y acceso mayor a la propiedad. (...) Las definiciones, las doctrinas, las imágenes – no las cosas – son en realidad el valor de economía actual” (Rifkin, 2000).

Hacia la década de los setenta M. McLuhan y a. Toffler avizoran una combinación entre el usuario y el productos, así aparece el término “prosumidor”; sin embargo, Guillermo Orozco crea un proceso en donde la definición de “receptor” es dejado

de lado por el de “capacidad de emisión”, esto mencionando categóricamente a la audiencia. Ana R. Mantecon, alude lo siguiente: “la teleaudiencia es quien desarrolla su propio lineamiento no solo como re-creadora simbólico, sino por la interpretación de lo que se produce y emite en pantalla” (Mantecon, 2010).

orienta a la defincion de aspectos claves para delinear estudios de audiencias, esto ayudara a superar niveles de rating, a su vez que se avanza en la comprension de procesos singulares que se originan desde la recepcion.

Sin embargo, el autor Fuenzalida define a la producción televisiva como un acuerdo existente ya firmado por el espectador. “La visión audiovisual con la que llega o afecta a la razón humana se ve regida por la retórica en lugar de la lógica definida”

Beck indica que las relaciones mutuas se manifiestan con subracionalidades, solo como referentes y diseñando un experimento mental metarracional que indica: “argumentando la centralización, la corrección de racionalidades sistémicas que con el pasar del tiempo pasan a ser ambiguas ya que no cubren necesidades actuales. Llegando a la conclusión de que la modernización reflexiva implica un cambio a la razón, haciendo justicia a los ámbitos de la modernidad actual, la misma que abre camino hacia el futuro y desapareciendo la jerarquización antigua” (Beck; Lash; Giddens, 1997).

Para ser más realistas no podemos dejar de lado la nueva conceptualización sobre la visión de la tv, el internet. Señalando los contenidos de la tv actual se puede prevenir que cada vez es menos importante el contenido de dicha tv relacionándolo con su aspecto superficial, el planteo pasa a llamarse pasos de estatización.

Conscientes de que la nueva realidad de la sociedad plantea mucha mayor dificultad así como laaprehensión de nuevos conocimientos, se ratifica la poca pertinencia que se le da a la caja de herramientas, es decir la metodología con la que se cuenta en la actualidad.

Beck utiliza el término zombies, esto para referirse a lo que aparece nuevamente pero sin vida, comparando este fenómeno con los fenómenos sociales actuales, así:

“Económicamente colapsa el bloque oriental, esto iría de la mano con un infarto del gobierno. Al separar el término “muerte institucional” deja de lado el enfrentamiento actual y sus cambios radicales.

Por este análisis el mismo Beck afirma que las instituciones son autoras de su propio éxito, la época moderna lleva consigo un divorcio y una re-vinculación a nuevas formas de sociedad, las que reemplazan a las antiguas, donde el hombre debe crear, interpretar y mezclar solo sus autorretratos, llamándose individualización. Pero este proceso se da gracias a la condición evolutiva de la sociedad actual.(LEÓN, 2014)

#### **2.2.7. MARCO CONCEPTUAL**

**Aptitud:** Carácter o conjunto de condiciones que hacen a una persona especialmente idónea para una función determinada.

**Cadena Productiva:** Es el Conjunto de los actores de una actividad productiva, que interactúan para hacer posible la producción, transformación y comercialización de bienes.

**Calidad:** Aquellas características del producto que responden a las necesidades del cliente.

**Calidad de la información:** Valoración del producto final de la información.

**Clima Organizacional:** Interacción del personal de una organización con respecto al ambiente integral en que desempeña sus funciones.

**Competitividad:** Habilidades y capacidades para competir y ejercer un desempeño laboral.

**Coordinación:** Proceso de concertar todas las acciones de una organización, facilitando el trabajo y los resultados..

**Criterios de desempeño:** Parte constitutiva de una política de competencia laboral que hace referencia a aquellos aspectos que definen el resultado del desempeño competente.

**Cultura Organizacional:** Conjunto de hipótesis, creencias, valores y medidas que comparten y aceptan las partes de una organización.

**Innovación:** Selección creadora, organización y utilización de recursos humanos y materiales bajo una forma nueva y original conducente a una mejor consecución de los fines y objetivos definidos.

**Red de información:** Métodos de información interrelacionados asociados con servicios de comunicación que cooperan mediante acuerdos más o menos formales y convenios institucionales, para elaborar conjuntamente los procedimientos de manejo de la información, con objeto de integrar sus recursos y optimizar los productos prestados a los usuarios.

**Transferencia de información:** Operaciones periódicas mediante las cuales se pone el conocimiento a disposición de las diferentes clases de usuarios después que haya sido producido. Incluye la producción de los correspondientes documentos, su distribución, almacenamiento, difusión, búsqueda, acceso y explotación, a través de todos los canales posibles.

**Tecnología:** Conocimientos técnicos que permite convertir insumos en bienes o servicios.(UNAB VIRTUAL)

#### **2.2.8. MARCO LEGAL**

##### **Plan Nacional del Buen Vivir**

Objetivo 6. Consolidar la transformación de la justicia y fortalecer la seguridad integral, en estricto respeto a los derechos humanos

## **Constitución de la República del Ecuador vigente.**

### **Sección tercera Comunicación e Información.**

**Art. 16.** Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

**Art. 17.-** El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

### **Sección cuarta Cultura y Ciencia.**

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

### **Reglamento general a la Ley Orgánica de Comunicación**

**Art. 5.- Actividades conexas.-** En uso de sus respectivas plataformas tecnológicas, las empresas de comunicación de carácter nacional podrán desarrollar actividades conexas a la actividad comunicacional, con sujeción a las siguientes normas:

1. Las empresas de medios audiovisuales podrán realizar actividades de producción, posproducción, edición, distribución y exhibición de productos audiovisuales.
2. Las empresas de medios impresos podrán realizar actividades de edición, impresión y distribución de publicaciones u otros productos impresos.
3. Las empresas que hayan obtenido una autorización para prestar servicios de audio y video por suscripción, cuya red de transmisión e infraestructura permita la convergencia tecnológica para ofertar otros servicios de telecomunicaciones, podrán solicitar y obtener de la autoridad de telecomunicaciones otros títulos habilitantes para la prestación de servicios de telecomunicaciones. Los servicios de audio y video por suscripción que cuenten con la autorización para la operación de un canal local para generación de contenidos, serán considerados como medios de comunicación social. (eltelegrafo.com.ec, 2014)

Con respecto a los fundamentos de tipo legal en los que se sustenta nuestro presente trabajo de investigación, es de gran importancia mencionar lo que expresa el Código de Ética aprobado por la Asamblea Nacional, y publicado en el Registro Oficial no. 22, de 25 de junio de 2013, el cual lo transcribimos a continuación en sus artículos pertinentes:

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, de la que Ecuador, expresa en su artículo 19:

**Art 19.** Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

**Ley Orgánica de Educación Superior.**

Que, el **Art. 350** de la Constitución de la República del Ecuador señala que el Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo;

**Art. 124.- Formación en valores y derechos.-** Es responsabilidad de las instituciones del Sistema de Educación Superior proporcionar a quienes egresen de cualesquiera de las carreras o programas, el conocimiento efectivo de sus deberes y derechos ciudadanos y de la realidad socioeconómica, cultural y ecológica del país; el dominio de un idioma extranjero y el manejo efectivo de herramientas informáticas.

**Art. 142.- Sistema de seguimiento a graduados.-** Todas las instituciones del sistema de educación superior, públicas y particulares, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a sus graduados y sus resultados serán remitidos para conocimiento del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

1. Justificativo de los promotores del proyecto que demuestren su experiencia y vinculación con el Sistema de Educación Superior y la solvencia moral y ética, reconocida públicamente;

2. La propuesta técnica - académica debe contener el modelo curricular y pedagógico, las mallas y diseños macro y micro curriculares, perfiles profesionales, programas analíticos describiendo los objetivos, contenidos, recursos, forma de evaluación, bibliografía, cronograma de actividades, número de créditos, la diversidad pluricultural y multiétnica, la responsabilidad social y compromiso ciudadano;

**Art. 3.- Fines de la educación.-** Detalles de los fines de la educación más sobresalientes:

3 La contribución al desarrollo integral, autónomo, sostenible e independiente de las personas para garantizar la plena realización individual, y la realización colectiva que permita en el marco del Buen Vivir o Sumak Kawsay;

4 La inculcación del respeto y la práctica permanente de los derechos humanos, la democracia, la participación, la justicia, la igualdad y no discriminación, la equidad, la solidaridad, la no violencia, las libertades fundamentales y los valores cívicos;

5 La promoción del desarrollo científico y tecnológico; y,

6 La proyección de enlaces críticos y conexiones articuladas y analíticas con el conocimiento mundial para una correcta y positiva inserción en los procesos planetarios de creación y utilización de saberes.

**Art. 5.- La educación como obligación de Estado.-** El Estado tiene la obligación ineludible e inexcusable de garantizar el derecho a la educación, a los habitantes del territorio ecuatoriano y su acceso universal a lo largo de la vida, para lo cual generará las condiciones que garanticen la igualdad de oportunidades para acceder, permanecer, movilizarse y egresar de los servicios educativos. El Estado ejerce la rectoría sobre el Sistema Educativo a través de la Autoridad Nacional de Educación de conformidad con la Constitución de la República y la Ley. El Estado garantizará una educación pública de calidad, gratuita y laica.

**Art. 6.- Obligaciones.-** Entre las principales:

- Impulsar los procesos de educación permanente para personas adultas y la erradicación del analfabetismo puro, funcional y digital, y la superación del rezago educativo;
- Garantizar la alfabetización digital y el uso de las tecnologías de la información y comunicación en el proceso educativo, y propiciar el enlace de la enseñanza con las actividades productivas o sociales;
- Propiciar la investigación científica, tecnológica y la innovación, la creación artística, la práctica del deporte, la protección y conservación del patrimonio cultural, natural y del medio ambiente, y la diversidad cultural y lingüística;
- Garantizar una educación integral que incluya la educación en sexualidad, humanística, científica como legítimo derecho al Buen Vivir. (Damari, Repositorio de la FACSO; UG, 2016)

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

#### **3.1. Metodología de la investigación**

Existen diferentes procesos y planteamientos metodológicos que abarcan diversas estrategias de investigación. Este proyecto demanda un diseño de investigación que delimiten procesos de métodos científicos, descriptivos y explicativos que permitan establecer una relación de variables propuestas.(Explorable.com, 2015)

El papel de un investigador es recopilar resultados propuestos en procesos de análisis de investigaciones anteriores que dirijan planteamientos que demanden las nuevas indagaciones, por lo que un investigador debe siempre tener presente en su proceso de exploración:

- Plantear un proceso metodológico
- Recopilar, registrar y analizar los antecedentes y datos adquiridos
- Aplicar instrumentos de investigación apropiados
- Redactar un informe que sustente las hipótesis planteadas

Toda investigación debe cumplir con un planteamiento claro, objetivo y ejecutar pasos y procesos de investigación sistemáticos. (Cárdenas, 2006).

#### **Método Científico**

Es necesario indicar que este método de investigación es muy antiguo, según datos históricos el primero en aplicarlo fue Galileo. Posee características muy remarcadas en sus técnicas es un método que se sustenta en leyes impuestas por el hombre, es decir, no dogmático; su veracidad lo confirman los procesos experimentales y/o la reafirmación de sus hipótesis y así se establece una relación veraz entre las variables propuestas.(J.Villasuso)

Pasos del método científico:

- **Observación:** Es utilizar con responsabilidad los sentidos en un objeto o un suceso, para registrar sus características conforme a la realidad. En la instalaciones de la FACSO
- **Inducción:** Consiste en extraer leyes o principios a partir de observaciones o experiencias específicas. En este paso se recopilan datos y argumentos previos al planteamiento de una futura hipótesis gracias a la aplicación del instrumento de la encuesta en la muestra que son los estudiantes de la FACSO
- **Hipótesis:** Un argumento cuestionable, una posibilidad que surge ante un efecto o suceso que está sujeta a comprobación.
- **Comprobar la hipótesis** por experiencia. Está sujeta a experimentaciones repetitivas después de la aplicación de la encuesta.
- **Justificación o refutación** de la hipótesis. Es afirmativa o negativa una hipótesis.
- **Teoría científica**, se establecen las conclusiones de la secuencia de todos los pasos propuestos.

### 3.2. Tipo de investigación

#### 3.2.1. Investigación descriptiva

Este tipo de investigación también recibe el nombre de diagnóstica. Caracteriza, detalla o describe fenómenos o situaciones reales remarcando características específicas o diferenciadoras. El objetivo de este tipo de investigación es descubrir las situaciones y acciones más relevantes por medio de procesos de descripción de objetos, actividades y procedimientos, contribuyendo al planteamiento de hipótesis y teorías que confirman un conocimiento previo.

La investigación descriptiva responde a preguntas como:

¿Qué es?

¿Cómo se da?

¿En dónde se produce?

¿Quiénes intervienen?

Etapas:

Determina características de un problema de estudio

Define y plantea hipótesis

Elabora técnicas y procedimientos para recolección y análisis de datos

Establece semejanzas y diferencias

Describe procesos y conclusiones en informes con términos cualitativos y cuantitativos.(Morales.)

Se aplica este tipo de investigación porque se describe la realidad tecnológica de la carrera en lo que respecta a equipos de producción.

### **3.2.2. Investigación explicativa**

Esta investigación se direcciona en buscar las respuestas a hechos y situaciones mediante el planteamiento de relaciones que analizan el procesocausa-efecto. El enfoque que se da a los estudios explicativos determinan las causas (investigación postfacto), observando acontecimientos que han ocurrido previamente para analizar los factores que los provocaron, al igual que los efectos (investigación experimental), mediante la comprobación de hipótesis. Sus resultados y conclusiones establecenun alcance elevado de conocimientos.

Dentro de la investigación científica, a nivel explicativo, se dan dos elementos:

- Acontecimiento o suceso en análisis: Estudio del objeto, hecho o fenómeno que ha de explicarse, es la problemática que formula la pregunta en cuestión, es decir, que exige una explicación.
- Explicación: Se deduce de un conjunto de antecedentesque generan leyes y/o principios. En un proceso de investigación una explicación proporciona una información objetiva y veraz, que surge por deducción de un planteamiento teórico que contiene aseveraciones que explican sucesos específicos.

Etapas:

Plantear la problemática

Seleccionar bibliografía y literatura

Formular hipótesis

Establecer procesos de recolección y análisis de datos

Analizar e interpretar los resultados. (sites.google.com)

Cada una de las etapas citadas se ha aplicado en la presente investigación.

### 3.3 Software a utilizar

Un proyecto de investigación demanda aplicar procesos sistemáticos que exigen fuentes bibliográficas confiables. Todos los capítulos de la investigación necesitan ser respaldados en soportes informáticos que permitan la verificación del contenido de la misma, se utilizan sistemas operativos como Microsoft Word y Excel, porque facilitan recolectar, organizar, tabular y analizar datos e información proporcionada por los instrumentos de la investigación como son las encuestas y entrevistas.

### 3.4 Población y muestra

#### 3.4.1 Población

Determinar la población en un proyecto investigativo representa saber los elementos u objetos de estudio del mismo, los que compartirán características y/o actitudes. En este caso se plantea como población a los estudiantes de comunicación social de la FACSO, siendo 4800 el total de alumnos de esta carrera.

**Tabla 1: Población en estudio**

| ÍTEM | ESTRATOS                                                  | POBLACIÓN   |
|------|-----------------------------------------------------------|-------------|
| 1    | Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social<br>FACSO | 2037        |
|      | <b>TOTAL</b>                                              | <b>2037</b> |

Elaborado por Juan Carlos González Murillo

#### 3.4.2 Muestra

En estadística esta representa una parte de la población que comparte cualidades y características en todos sus elementos. En este proyecto la muestra es de 356 alumnos de esta carrera.

**TABLA 2: Muestra en estudio**

| ÍTEM | ESTRATOS                                                  | MUESTRA |
|------|-----------------------------------------------------------|---------|
| 1    | Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social<br>FACSO | 324     |
|      | TOTAL                                                     | 324     |

Elaborado por Juan Carlos González Murillo

**TABLA 3: Tamaño de la muestra**

|                                                        |                                 |   |                                   |   |  |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------|---|-----------------------------------|---|--|
| $\frac{pq * N}{(N - 1) * \frac{\epsilon^2}{Z^2} + pq}$ |                                 |   |                                   |   |  |
| <b>Nomenclatura:</b>                                   |                                 |   |                                   |   |  |
| n= tamaño de la muestra                                |                                 |   |                                   |   |  |
| N= tamaño de la población 4800                         |                                 |   |                                   |   |  |
| Z= coeficiente de confianza (95 %) 1.96                |                                 |   |                                   |   |  |
| p=probabilidad de éxito (50 %) 0.5                     |                                 |   |                                   |   |  |
| q=probabilidad de fracaso (50 %) 0.5                   |                                 |   |                                   |   |  |
| E= error tolerable (5%) 0.05                           |                                 |   |                                   |   |  |
| n=                                                     | 4800 (0,5) (0,5)                | = | 1200                              | = |  |
|                                                        | $(4800-1) 0,05^2 + (0,5)*(0,5)$ |   | $(4799) 0,0025 + (0,5)*(0,5)$     |   |  |
|                                                        | 1,962*1,962                     |   | 3,8494                            |   |  |
| n=                                                     | 1200                            | = | 1200                              | = |  |
|                                                        | $\frac{11,9975}{3,8494} + 0,25$ |   | $\frac{3,1160000}{3,8494} + 0,25$ |   |  |
| n=                                                     | 356                             |   | 356                               |   |  |

Elaborado por Juan Carlos González Murillo

### **3.5. Técnicas utilizadas en la investigación**

#### **3.5.1. La observación**

Todo proyecto de estudio o de investigación inicia con un primer paso que sería la observación. La técnica de la observación consiste en visualizar y analizar detenidamente el objeto en estudio, y así ubicar las características específicas del objeto y a continuación bosquejar un registro de datos y examinar la información recolectada. Mario Bunge, determina que la observación está delimitada por 5 elementos:

- a. Antecedentes o contenidos previos a la observación
- b. Concretar el objeto de estudio que va a ser observado
- c. El investigador que ejecuta el estudio u observación
- d. Las acciones, el campo o el medio que rodean la observación
- e. Los instrumentos de investigación que son aplicados en la observación

### **3.6. Instrumentos**

#### **3.6.1. Encuesta y entrevista**

Es un instrumento de investigación dirigido a una muestra determinada en el que se responde una lista de cuestionamientos, cuyo objetivo es recolectar y recabar información relacionando la veracidad de diferentes variables para sustentar o derogar una hipótesis.

Las encuestas más utilizadas son las de tipo verbal cuyo método de aplicación es la entrevista a expertos o involucrados en la población sugerida y que está sujeta a la problemática en cuestión y la encuesta escrita donde se maneja como instrumento un cuestionario seleccionado en forma previa, que abarca un listado de preguntas que servirán para confirmar hipótesis propuestas del tema.

Las preguntas deben estar formuladas con precisión, evitando caer en errores de improvisación y ser adaptadas a toda la muestra sin discriminación, para que puedan cumplirse los objetivos y establecer resultados veraces. (Cabrera, 2016 )

### 3.7 Operacionalización de las variables

**TABLA 4: Operacionalización de las variables**

| VARIABLES                                                                       | CONCEPTUALIZACION                                                                                                                                                                                                                                  | INDICADORES                                                                                                                       | INSTRUMENTOS DE EVALUACION |
|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| DEPENDIENTE<br><b>Optimizar el desempeño profesional del comunicador social</b> | Descubrir las potencialidades de los futuros comunicadores sociales en los años de estudio de su preparación universitaria y posteriormente aplicarlas en el campo laboral, desarrollando la formación integral del profesional de la comunicación | Comentarios e información de los estudiantes de la carrera de comunicación social                                                 | Internet<br>Encuesta       |
| INDEPENDIENTE<br><b>Una sala de producción de televisión</b>                    | Realizar producciones de buena calidad y fomentar la producción nacional independiente, orientando y estimulando hacia los conocimientos teórico - prácticos que se dan en la producción informativa                                               | Comentarios e información de los estudiantes de la carrera de comunicación social y de profesionales del medio de la comunicación | Encuesta<br>Entrevista     |

**Elaborado por Juan Carlos González Murillo**

### 3.8 Análisis de los resultados de los instrumentos aplicados

#### 3.8.1 Encuesta dirigida a los estudiantes de la carrera de comunicación social FACSO

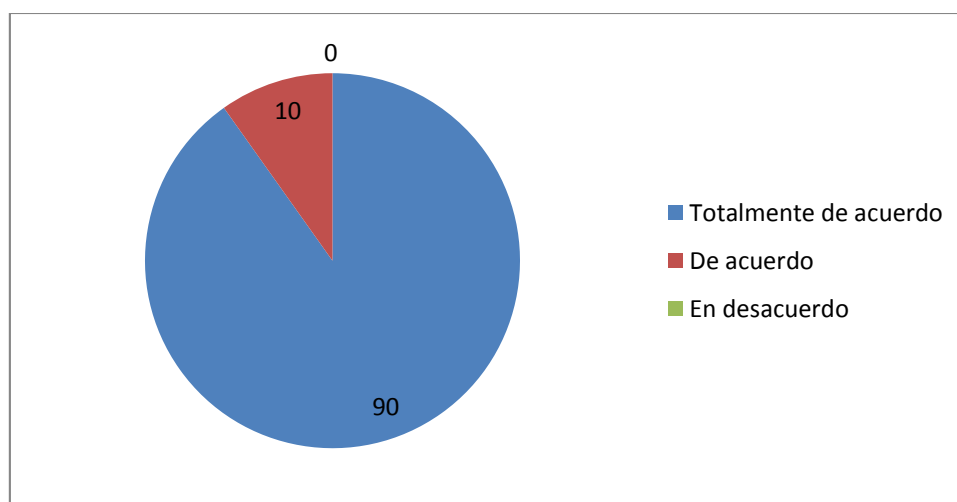
**TABLA 5:** La televisión nacional ha sufrido una constante evolución y actualmente es generadora de espacios televisivos que luchan por el rating de la teleaudiencia.

| Ítem  | Alternativas          | Frecuencia | %   |
|-------|-----------------------|------------|-----|
| 1     | Totalmente de acuerdo | 321        | 90  |
| 2     | De acuerdo            | 35         | 10  |
| 3     | En desacuerdo         | 0          | 0   |
| Total |                       | 356        | 100 |

**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

**FIGURA 9:** La televisión nacional ha sufrido una constante evolución y actualmente es generadora de espacios televisivos que luchan por el rating de la teleaudiencia.



**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

#### **ANÁLISIS:**

Los estudiantes de la carrera de comunicación social FACSO en su mayoría, representado con el 90%, están totalmente de acuerdo en que la televisión nacional ha sufrido una constante evolución y actualmente es generadora de espacios televisivos que luchan por el rating de la teleaudiencia; y el 10%, solo está de acuerdo.

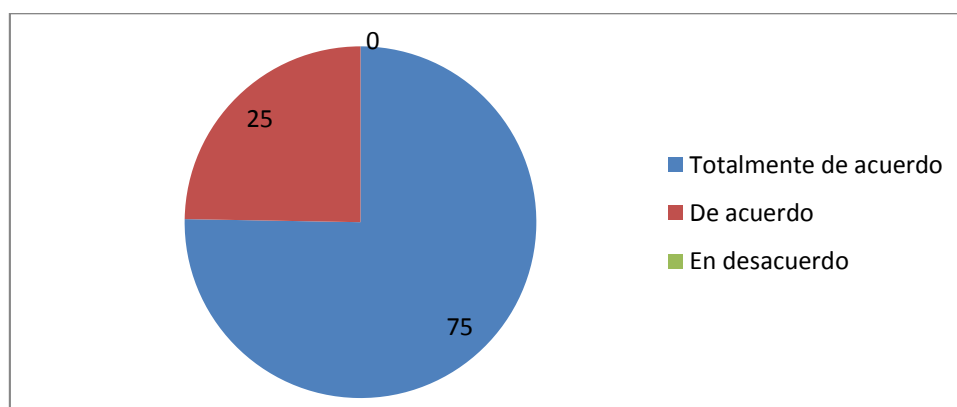
**TABLA 6: Considera que el comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos.**

| Ítem         | Alternativas          | Frecuencia | %          |
|--------------|-----------------------|------------|------------|
| 1            | Totalmente de acuerdo | 268        | 75         |
| 2            | De acuerdo            | 88         | 25         |
| 3            | En desacuerdo         | 0          | 0          |
| <b>Total</b> |                       | <b>356</b> | <b>100</b> |

**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

**FIGURA 10: Considera que el comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos.**



**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

## **ANÁLISIS:**

Se puede observar que los encuestados casi en su totalidad consideran que el comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos, basado en que actualmente vivimos en una nueva era tecnológica que evoluciona día a día y los comunicadores debemos ir a la par con la misma, por ello se propone diseñar una sala de producción como recurso pedagógico que fortalezca la formación profesional de la carrera de comunicación social. El 75%, manifiestan estar totalmente de acuerdo; y el 25%, de acuerdo

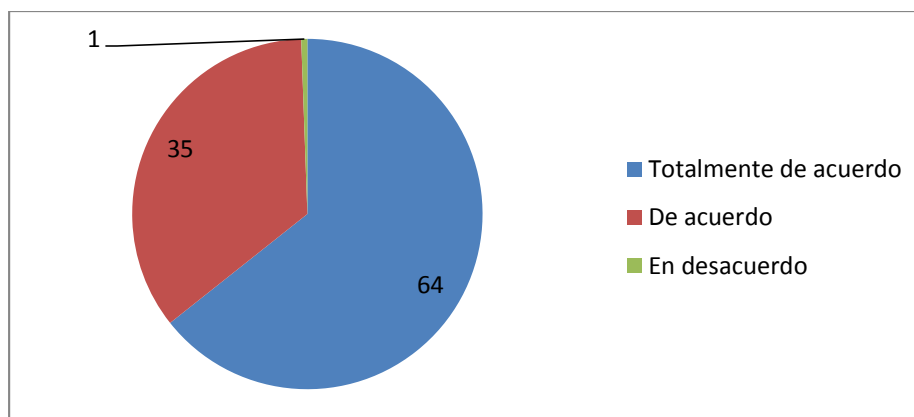
**TABLA 7: La tecnología con que se despunta la comunicación hace más común el uso de medios digitales y el dominio de la producción televisiva, fortaleciendo la formación de profesionales de la información y comunicación.**

| Ítem         | Alternativas          | Frecuencia | %          |
|--------------|-----------------------|------------|------------|
| 1            | Totalmente de acuerdo | 229        | 64         |
| 2            | De acuerdo            | 125        | 35         |
| 3            | En desacuerdo         | 2          | 1          |
| <b>Total</b> |                       | <b>356</b> | <b>100</b> |

**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

**FIGURA 11: La tecnología con que se despunta la comunicación hace más común el uso de medios digitales y el dominio de la producción televisiva, fortaleciendo la formación de profesionales de la información y comunicación.**



**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

### **ANÁLISIS:**

El 64%, estando “totalmente de acuerdo”; y el 35%, contestando “de acuerdo”, en que la tecnología con que se despunta la comunicación hace más común el uso de medios digitales y el dominio de la producción televisiva, fortaleciendo la formación de profesionales de la información y comunicación; para efectivizar el diseño de una estructura organizacional a la par con medios digitales y el dominio de la producción televisiva demanda una sala de producción de programas televisivos en la facultad de comunicación social.

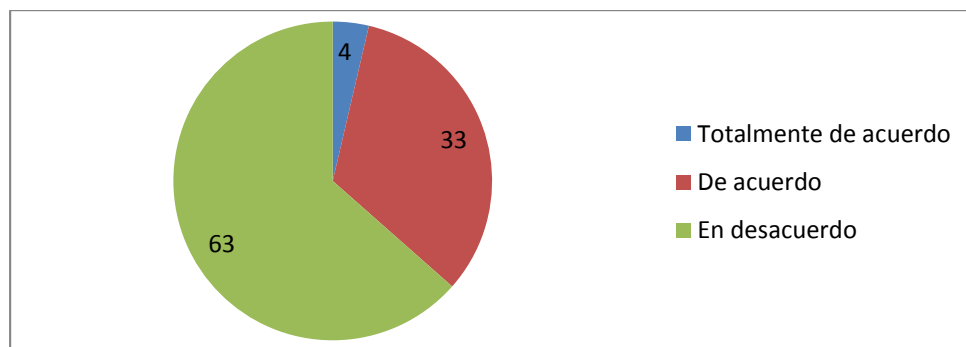
**TABLA 8: Los estudiantes de la carrera de Comunicación Social desarrollan dominio y habilidades en destrezas teóricas prácticas del campo de la producción de espacios televisivos.**

| Ítem         | Alternativas          | Frecuencia | %          |
|--------------|-----------------------|------------|------------|
| 1            | Totalmente de acuerdo | 13         | 4          |
| 2            | De acuerdo            | 117        | 33         |
| 3            | En desacuerdo         | 226        | 63         |
| <b>Total</b> |                       | <b>356</b> | <b>100</b> |

**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

**FIGURA 12: Los estudiantes de la carrera de Comunicación Social desarrollan dominio y habilidades en destrezas teóricas prácticas del campo de la producción de espacios televisivos.**



**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

## **ANÁLISIS:**

Aunque el 4%, están totalmente de acuerdo; y el 33%, de acuerdo; el 63%, de los estudiantes encuestados consideran en “desacuerdo” la idea: de que los estudiantes de la carrera de Comunicación Social desarrollan dominio y habilidades en destrezas teóricas prácticas del campo de la producción de espacios televisivos, lo que refleja la necesidad de diseñar una sala de producción como recurso pedagógico que fortalezca la formación profesional de la carrera de comunicación social para fortalecer el perfil profesional de un comunicador, ya que un experto de la comunicación debe apropiarse del dominio de las áreas que conforman el campo de la producción de espacios audiovisuales.

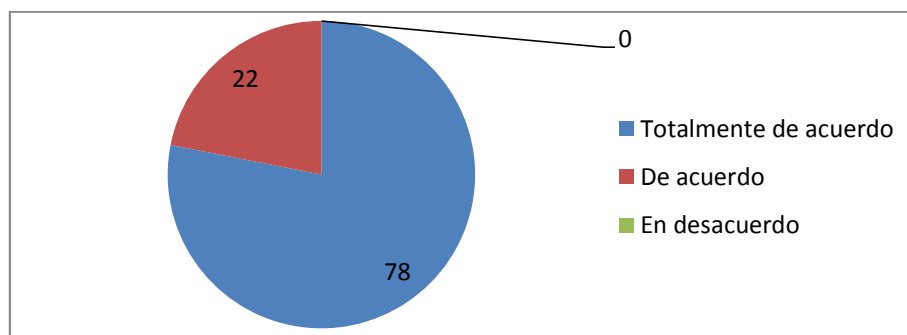
**TABLA 9: Cree usted que las autoridades pertinentes deben promover estrategias de innovación en la aplicación de los conocimientos de producción de espacios audiovisuales.**

| Ítem         | Alternativas          | Frecuencia | %          |
|--------------|-----------------------|------------|------------|
| 1            | Totalmente de acuerdo | 278        | 78         |
| 2            | De acuerdo            | 78         | 22         |
| 3            | En desacuerdo         | 0          | 0          |
| <b>Total</b> |                       | <b>356</b> | <b>100</b> |

**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

**FIGURA 13: Cree usted que las autoridades pertinentes deben promover estrategias de innovación en la aplicación de los conocimientos de producción de espacios audiovisuales.**



**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

## **ANÁLISIS:**

Se puede observar que el 78%, de los estudiantes encuestados están “totalmente de acuerdo”; y el 22%,”de acuerdo” en que las autoridades pertinentes deben promover estrategias de innovación en la aplicación de los conocimientos de producción de espacios audiovisuales,es necesario que las autoridades estudien esta actual problemática que demanda una sala de producción de programas televisivos, con el aporte de talleres en asignaturas específicas durante todo los ciclos de estudio, para que al culminar la carrera los egresados sean poseedores de la experiencia que exige el medio y adquieran el dominio de los ámbitos de producción de espacios televisivos, y así evidenciar estas destrezas y habilidades en el campo laboral.

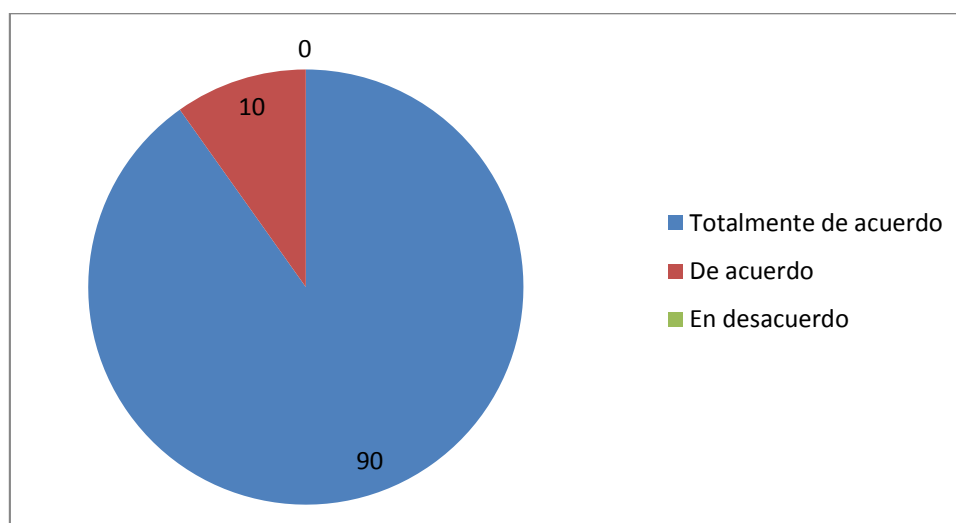
**TABLA 10: Considera que el diseño de una sala organizacional de producción, fortalecería el pénsum académico de la FACSO y así optimizaría el desempeño profesional del comunicador social.**

| Ítem         | Alternativas          | Frecuencia | %          |
|--------------|-----------------------|------------|------------|
| 1            | Totalmente de acuerdo | 321        | 90         |
| 2            | De acuerdo            | 35         | 10         |
| 3            | En desacuerdo         | 0          | 0          |
| <b>Total</b> |                       | <b>356</b> | <b>100</b> |

**Fuente:**Estudiantes de la carrera de Comunicación Social Facso

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

**FIGURA 14: Considera que el diseño de una sala organizacional de producción, fortalecería el pensum académico de la FACSO y así optimizaría el desempeño profesional del comunicador social.**



#### **ANÁLISIS:**

Los encuestados con un 90%, “totalmente de acuerdo”; y un 10%, “ de acuerdo” consideran que el diseño de una sala organizacional de producción, fortalecería el pensum académico de la FACSO y así optimizaría el desempeño profesional del comunicador social, basado en un ambiente educativo donde se ejecute la proyección práctica de una sala de producción, que permita fortalecer el desempeño de un futuro comunicador, el profesional de la comunicación debe apropiarse del dominio de las áreas que conforman el campo de la producción de espacios audiovisuales.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

**Diseño de una sala de producción de programas televisivos cuya finalidad es instaurar un área de prácticas de producción de tv y audiovisual en la FACSO**

#### **4.1 Introducción**

Tomando como punto de partida que en la Ley orgánica de educación superior, el Art. 350 de la Constitución de la República del Ecuador enfatiza que la educación superior concuerdan en el desarrollo de las áreas de formación académica y profesional; la investigación científica y tecnológica; la innovación y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país(Damari, repositorio.ug.edu.ec/, 2016)

Es necesario que las autoridades en curso estudien la actual situación que vive la FACSO, como institución educativa superior, está provee de contenidos curriculares de gran valía para el futuro licenciado de comunicación social pero necesita fomentar y optimizar el futuro desempeño profesional de los egresados en las áreas de aplicación práctica en campos de producción de programas noticiosos. Para efectivizar sus resultados es necesario diseñar una estructura organizacional que demanda una sala de producción de programas informativos que junto con el aporte de talleres teóricos-prácticos en los diferentes ciclos de estudio los estudiantes puedan culminar la carrera contando con la experiencia en los ámbitos de producción de espacios televisivos, y así evidenciar estas destrezas y habilidades en el campo laboral.

En la actualidad la sociedad está inmersa diariamente en un mar de noticias, las cuales son generadas por los distintos medios de comunicación social, donde la audiencia se adecua a elegir uno de ellos, siendo la opción más seleccionada el invento que ha marcado el antes y el después del siglo XX: la televisión.

Razón por lo cual este arte de realizar espacios televisivos exige contar con la preparación de un equipo de producción profesional, que posea el dominio de

destrezas y conocimientos en campos de la pre-producción, la producción y post-producción. Cada una de estos campos tiene una relevada importancia profesional que comienza en la recolección e indagación de eventos y sucesos, seguida de la selección, edición y elaboración de guiones que van a generar productos de elevada confiabilidad profesional que generen expectativa diaria. (LÓPEZ)

## **4.2 Objetivos**

### **4.2.1 Objetivo general**

Diseñar una sala de producción de programas televisivos a fin de potenciar las competencias periodísticas y optimizar el perfil profesional del comunicador social de FACSO

### **4.2.2 Objetivos específicos**

- Analizar las necesidades de los estudiantes de la carrera de comunicación social a través de la aplicación de talleres prácticos en periodismo digital, multimedia, producción periodística que optimicen el desempeño profesional del futuro comunicador social
- Elaborar un programa para la utilización y funcionamiento de un centro de producción de programas de televisión para el desarrollo de técnicas audiovisuales de los estudiantes.
- Proponer la creación de una comisión de coordinación que supervise y preste el control de mantenimiento permanente a la sala de producción de televisión con la finalidad de brindar el acompañamiento práctico a las áreas de estudio planteadas en el currículo

### 4.3Cronograma de actividades de la propuesta

**TABLA 11: Cronograma de actividades de la propuesta.**

| Actividades                                                  | Semanas de octubre - noviembre |        |        |        |         |       |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------|--------|--------|--------|---------|-------|
|                                                              | 24 - 28                        | 31 - 4 | 7 - 11 | 14 -18 | 21 - 25 | 28- 2 |
| CAPÍTULO IV                                                  |                                |        |        |        |         |       |
| Introducción y Objetivos                                     | X                              |        |        |        |         |       |
| Diseño de un centro de producción de programas de televisión |                                | X      | X      |        |         |       |
| Elaboración de talleres Teórico-prácticos                    |                                |        |        | X      | X       |       |
| Recomendación y conclusión                                   |                                |        |        |        |         | X     |
| Trabajo terminado                                            |                                |        |        |        |         | X     |

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

### 4.4Beneficiarios

Este proyecto está dirigido a Maestros, estudiantes, coordinadores y demás profesionales de la carrera de Comunicación Social que desarrollen trabajos de producción televisiva o audiovisual.

### 4.5 Presupuesto

Todo trabajo científico necesita un aporte económico que sustente la futura visión del mismo. Un presupuesto resulta viable cuando se comparten objetivos comunes, se presenta a continuación una tabla del mismo:

**TABLA 12: Presupuesto de la propuesta**

| DETALLE                               | VALOR |
|---------------------------------------|-------|
| Encuestas y consultas                 | 100   |
| Gastos varios                         | 200   |
| Elaboración del video de presentación | 160   |
| TOTAL                                 | 460   |

**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

## **4.6 Justificación**

En la actualidad, la tecnología con que se despunta la comunicación hace más común el uso de medios digitales y el dominio de la producción televisiva, esto a su vez ayuda en la formación de profesionales dentro del marco de la creación audiovisual, así mismo impulsa aún más la necesidad de profesionales cuya mente creativa y emprendedora sea cada vez más ávida y anhelan mayor profesionalización, esto de la mano del crecimiento y aparición de medios de comunicación donde exista la necesidad de captar la atención a través de contenidos audiovisuales haciendo la diferencia en cuanto a oportunidades laborales de los medios de comunicación.

La carrera de Comunicación Social analiza y optimiza sus procesos curriculares como lo exigen las autoridades pertinentes, para descubrir las potencialidades de los futuros comunicadores sociales en los años de estudio de su preparación universitaria y posteriormente aplicarlas en el campo laboral, desarrollando la formación integral del profesional de la comunicación

## **4.7. Contenido de la propuesta**

### **4.7.1. Antecedentes**

El nivel de educación superior está sujeto a veedurías y evaluaciones por entidades reguladas por el ministerio de educación para ejercer este control académico y la comunicación social en el campo profesional se sujeta a ley orgánica de comunicación y expresa en el Código de Ética aprobado por la Asamblea Nacional, y publicado en el Registro Oficial no. 22, de 25 de junio de 2013 en el art. 19 los siguientes derechos:

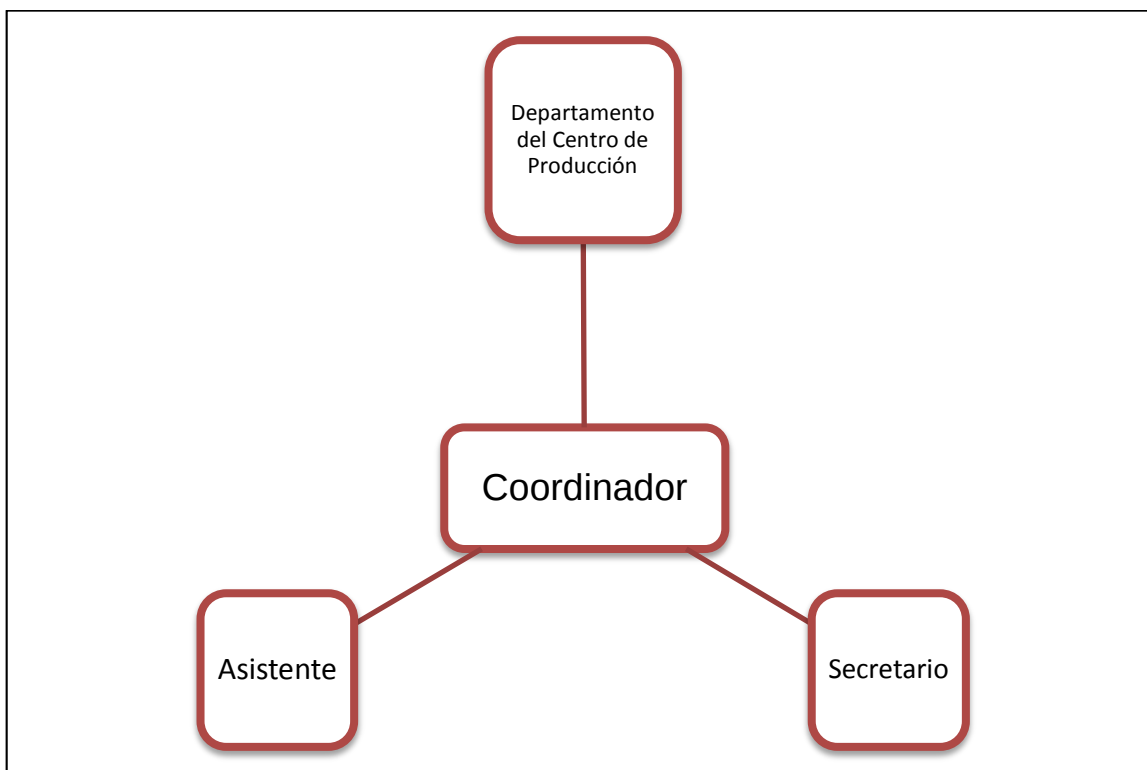
**Art 19.** Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. Ley Orgánica de Comunicación.

#### 4.7.2. Impacto de la Propuesta

- **Creación del Departamento de Coordinación de la Sala de Producción**

Resulta prioritaria la creación de un departamento de coordinación de producción con la finalidad de establecer horarios coordinados con los maestros y/o coordinadores de la carrera y a la vez ejecutar planes de mantenimiento y control técnico.

**FIGURA 15: Coordinación del Departamento de la Sala de Producción**

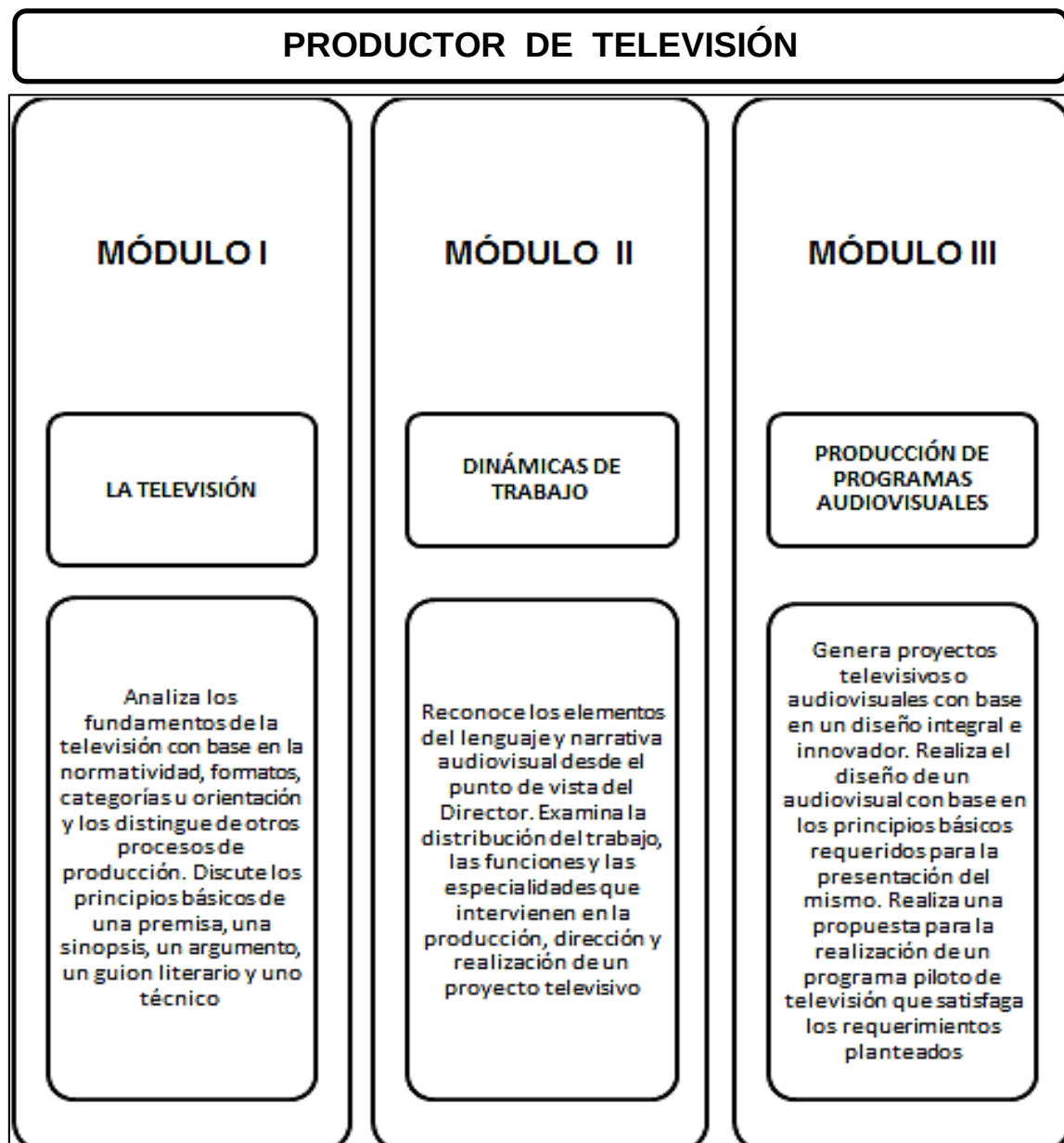


**Elaborado por:** Juan Carlos González Murillo

- **Diseño de una sala de producción de programas de televisión**

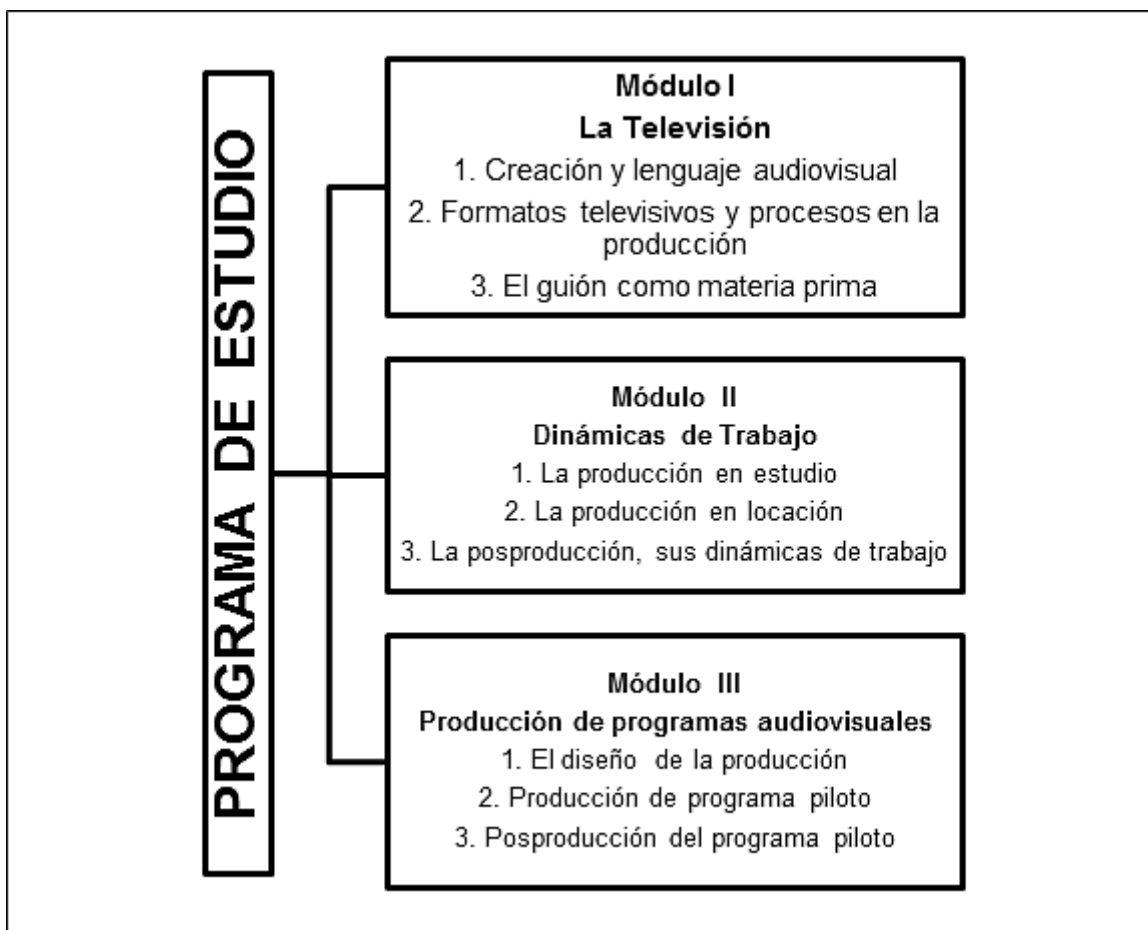
Un centro de producción de programas de televisión es un aporte invaluable a la carrera de comunicación social porque favorece el cumplimiento de objetivos propuestos en los programas curriculares de las diferentes asignaturas ya establecidas en la malla de estudio de esta carrera.

**FIGURA 16: Diseño de una sala de producción de programas de televisión**



**Fuente:** (Diplomado. Productor de televisión)

**FIGURA 17: Programa de estudio de una sala de producción de televisión**



**Fuente:** (Diplomado. Productor de televisión)

#### **4.7.3. ÁREAS PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN:**

##### **Módulo I**

- Área de producción audiovisual y sala de emisión
- Espacio de producción en estudio
  - ✓ Selección de imágenes y sonido
  - ✓ Diseño de guion literario, sinopsis y argumentos
  - ✓ Iluminación de la escena
  - ✓ Monitoreo de video y audio
  - ✓ Antenas y emisoras y receptoras
  - ✓ Intercomunicación para técnicos

**FIGURA 18: El plató**



**Fuente:** Juan Carlos González Murillo

## **Módulo II**

- **Control de producción**

Aquí se lleva a cabo el análisis y combinación de las señales que son ubicadas con las cámaras externas y las grabadas, las mismas que determinan el éxito del programa. Contiene:

- ✓ Control técnico de cámaras
- ✓ Control de realización
- ✓ Auxiliares de realización y equipos complementarios
- ✓ Control de sonido
- ✓ Control de iluminación
- ✓ Sala de equipos

- **Control técnico de cámaras**

- ✓ Se normaliza las medidas técnicas de las cámaras.
- ✓ Basada en las unidades de control de las cámaras, CCU
- ✓ Ajustes de operaciones de cámara
- ✓ Uniformidad técnica de la imagen de cada cámara

- ✓ Exactitud y control de la calidad técnica de la señal de video. M.F.O. y Vectorscopio.
- ✓ Conservar modelo de sincronización del estudio

**FIGURA 19: Sala de Control de Cámaras**



**Fuente:** Juan Carlos González Murillo

### **Control de Realización**

De entre las funciones de esta área, estas funciones son en su mayoría ejercidas por el realizador, y pueden ser:

- Selección de fuentes de video para la ejecución del programa: cámaras, reproductores, títulos, enlaces externos.
- Coloca efectos de video y transición una vez que ha sido analizado en el mezclador de video.
- Reproduce cabeceras, ráfagas, cortes contenidos en el video. (Lara, 2013)

### **Módulo III**

#### **Auxiliares de realización y equipos complementarios**

- Tituladora y efectos gráficos

- Teleprompter
- Intercomunicación
- Control de cámaras robotizadas
- Pantallas gigantes del decorado

### **Control de sonido**

- Establecido en el mezclador de sonido, procesadores, reproductores, se procesa las fuentes de sonido y las mezcla para formar el audio final del programa, Ecualización, compresión, efectos, niveles...
- Inspección de los receptores y emisores inalámbricos para mic y I.E.M.
- Control del monitoreo de audio; Plató, publico, escenario, controles
- Fuentes; Reproductores de video, de audio (CD, MC.MAC), hibrido telefónico, enlaces exteriores, micrófonos de cable e inalámbricos...(Lara, 2013)

### **Control de iluminación**

- Fundamentado en un mezclador digital y monitoreo de los reguladores por DMX
- Codifica la intensidad luminosa de cada foco independiente
- Dimmer para la medida de intensidad de focos tradicionales.
- Observación de focos robotizados: movimientos, color, intensidad....
- Programación por acciones memorizables, subgrupos, automatización.(Lara, 2013)

### **Sala de equipos**

Esta sala resulta ser la ubicación perenne de todo el equipo de trabajo de la sala de producción, y de ahí que los cuidados deben ser cautelosos, entre los que se puede mencionar:

- El control debe estar libre de equipo pesado e innecesario, así como conductores de calor.
- Centralizar las conexiones para evitar el cableado excesivo.
- Los paneles de control remoto deben estar a la vista.
- Los equipos deben ser eficaces para que su regulación no sea continua pero sí eficaz.
- Un diseño correcto para el aislamiento acústico optimiza el trabajo.

#### **Área de producción en exteriores**

- Periodismo electrónico (ENG). Cámaras portátiles con grabador incorporado, captación de sonido, alimentación por baterías.
- Unidades móviles (EFP). Todo el equipamiento y controles dentro de un vehículo preparado. Generador eléctrico y unidad de enlaces.
- Programas realizados por productoras de TV externas, señal recibida por radioenlace y emitida al público desde el centro.
- Recepciones por satélite. (Lara, 2013)

#### **4.7.4. Talleres teórico-prácticos de aplicación**

##### **Taller teórico 1**

Seleccione la respuesta con la alternativa correcta.

1. **La producción ejecutiva de una estación de televisiones responsable de:**

|                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a. Creatividad, selección de personal, control y veeduría del proceso de producción en su totalidad de la comercialización del mismo.                            |
| b. Tiene bajo su mando el diseño de presupuesto, elaboración de plan de producción y veeduría de la gestión económica, es casi siempre el gerente de la empresa, |
| c. Se responsabiliza por la utilización correcta de todos los recursos para implementación de una cadena.                                                        |

- Respuesta: a

|                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>2. Un realizador de noticiario es el encargado de:</b>                                                                                                                                                                            |
| a. Confeccionar diseño de todos los noticieros que se llevan a la pantalla chica.                                                                                                                                                    |
| b. Globaliza la noticia.                                                                                                                                                                                                             |
| c. De la transmisión del informativo noticioso                                                                                                                                                                                       |
| ➤ Respuesta: C                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>3. Las fases de la Producción están compuestas por:</b>                                                                                                                                                                           |
| a. Inicio, cuerpo o desarrollo y fin                                                                                                                                                                                                 |
| b. Preproducción, Producción y Puesta al aire del programa                                                                                                                                                                           |
| c. Ninguna de las anteriores                                                                                                                                                                                                         |
| ➤ Respuesta: B                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>4. Los documentales reflexivos son:</b>                                                                                                                                                                                           |
| a. Los considerados directos donde hay una descripción exhaustiva de lo cotidiano.                                                                                                                                                   |
| b. Destinados a los televidentes que argumentan y hacer escuchar su voz.                                                                                                                                                             |
| c. La representación del mundo histórico se convierte en un tema de meditación.                                                                                                                                                      |
| ➤ Respuesta: C                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>5. Identifique el tipo de documental que se exhibe a continuación:</b><br><a href="http://www.ver-documentales.net/china-salvaje-4-la-tierra-del-panda/">http://www.ver-documentales.net/china-salvaje-4-la-tierra-del-panda/</a> |
| a. Reflexivo                                                                                                                                                                                                                         |
| b. Interactivo                                                                                                                                                                                                                       |
| c. Explicativo                                                                                                                                                                                                                       |
| ➤ Respuesta: C                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>6. Los cortometrajes son una producción audiovisual que duran:</b>                                                                                                                                                                |
| a. Entre 30 segundos y 30 minutos                                                                                                                                                                                                    |
| b. Entre 30 y 60 minutos                                                                                                                                                                                                             |
| c. Sobrepasan la hora                                                                                                                                                                                                                |
| ➤ Respuesta: A                                                                                                                                                                                                                       |

**7. La programación nacional, en especial un informativo se mantiene en pantalla una hora, el mismo se presenta en segmentos cuya intención es entretener al televidente, y debe tener el siguiente formato:**

|                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| a. Desarrolla bloques de cultura deportes y finaliza con la labor comunitaria y el quehacer político.                                                                     |
| b. Tres bloques que se originan con lo destacado de la política y haciendo una pausa en la culminación de los segmentos adicionales, esto es: entretenimiento y deportes. |
| ➤ Respuesta: C                                                                                                                                                            |

|                                                                            |                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <b>8. Gladiadores americanos es un programa concurso:</b>                  |                                                           |
| a.                                                                         | Monotemático                                              |
| b.                                                                         | Multitemático                                             |
| c.                                                                         | Ninguna de las anteriores                                 |
| ➤ Respuesta: A                                                             |                                                           |
| <b>9. Los talk shows son un formato televisivo que:</b>                    |                                                           |
| a.                                                                         | No van acorde a la ficción y los noticieros informativos. |
| b.                                                                         | Dan a conocer historias personales de forma pública.      |
| c.                                                                         | Todas las anteriores                                      |
| ➤ Respuesta: C                                                             |                                                           |
| <b>10. El éxito de los talk shows dependen en gran medida de:</b>          |                                                           |
| a.                                                                         | El presentador quien guía a los invitados.                |
| b.                                                                         | Del correcto desarrollo de la etapa de la preproducción.  |
| c.                                                                         | La elección de las cámaras hecha por el productor.        |
| ➤ Respuesta: A                                                             |                                                           |
| <b>11. Los realitys shows se desarrollan en dos etapas:</b>                |                                                           |
| a.                                                                         | Los tradicionales y los híbridos de guión                 |
| b.                                                                         | Los híbridos de guión y los de entretenimiento factual    |
| c.                                                                         | Los de entretenimiento factual y los tradicionales        |
| ➤ Respuesta: A                                                             |                                                           |
| <b>12. ¡No te lo pongas! es un programa que se clasifica como:</b>         |                                                           |
| a.                                                                         | De ficción tradicional                                    |
| b.                                                                         | Híbrido de guión                                          |
| c.                                                                         | Entretenimiento factual                                   |
| ➤ Respuesta: C                                                             |                                                           |
| <b>13. El reality cambiando esposas es de carácter:</b>                    |                                                           |
| a.                                                                         | Tradicional                                               |
| b.                                                                         | Híbrido de guión                                          |
| c.                                                                         | Entretenimiento factual                                   |
| ➤ Respuesta: B                                                             |                                                           |
| <b>14. La era del internet ha dado lugar a los medios de comunicación:</b> |                                                           |
| a.                                                                         | Tradicionales y emergentes                                |
| b.                                                                         | Los medios de comunicación no se han visto afectados.     |
| c.                                                                         | Todas las anteriores                                      |
| ➤ Respuesta: A                                                             |                                                           |
| <b>15. El uso de la tecnología ha influido en el surgimiento de:</b>       |                                                           |
| a.                                                                         | Facebook y Twitter                                        |
| b.                                                                         | Youtube                                                   |
| c.                                                                         | Cultura del click                                         |
| ➤ Respuesta: C                                                             |                                                           |

|                                                                                                            |                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>16. El director de cámaras en un proyecto televisivo se encarga de:</b>                                 |                                                                                                       |
| a.                                                                                                         | Posicionara las cámaras para encuadrar la imagen de un programa.                                      |
| b.                                                                                                         | Controla la consola de video desde el master                                                          |
| c.                                                                                                         | Revisa constantemente la eficiencia del video desde el encendido a la máquina recorder.               |
| ➤ Respuesta: A                                                                                             |                                                                                                       |
| <b>17. En la preproducción se establece:</b>                                                               |                                                                                                       |
| a.                                                                                                         | El presupuesto total del programa                                                                     |
| b.                                                                                                         | Delinean objetivos del programa y determina el tipo de audiencia que se prevee.                       |
| c.                                                                                                         | Todas las anteriores                                                                                  |
| ➤ Respuesta. C                                                                                             |                                                                                                       |
| <b>18. En un departamento de noticias el organigrama se establece según el siguiente orden jerárquico:</b> |                                                                                                       |
| a.                                                                                                         | Editor de información, reporteros, productor general, Director de Noticias y realizador               |
| b.                                                                                                         | Director de Noticias, productor general que tiene a su cargo al Editor de información y al realizador |
| c.                                                                                                         | Productor general, realizador, reporteros y Editor de información                                     |
| ➤ Respuesta: B                                                                                             |                                                                                                       |
| <b>19.Cuál de los siguientes programas es un talk show:</b>                                                |                                                                                                       |
| a.                                                                                                         | The Ellen Degeneres show                                                                              |
| b.                                                                                                         | Pequeños Gigantes                                                                                     |
| c.                                                                                                         | Jersey Shore                                                                                          |
| ➤ Respuesta: A                                                                                             |                                                                                                       |

Fuente: (ALVARADO)

## Trabajo práctico n° 1

### Informe periodístico

- **El objetivo principal:** Elevar un documento informativo con lenguaje sencillo y sistemático sobre cualquier tema previamente establecido.
- **En cuanto al método de trabajo:** Señalar las partes de la producción dando inicio desde la selección del tema hasta la elevación del informe final.
- **Temas sugeridos:** Las contribuciones profesionales que se añadan a varios temas periodísticos, así como descubrimientos, trabajos llevados a cabo, proyectos viables de voluntariado, entre otros.

**Características:**

Debe ser realizado con la debida exploración de fuentes (dialogo central, video de imágenes sobre el tema, sondeo), los mismos que contribuyen junto con los ficheros para así llevar a cabo un trabajo documentado correctamente que dará como resultado la eficiencia y veracidad en el mismo.

Lo que se utilice para armar finalmente la nota en post producción pueden variar, desde placas, voz en off, sonido, etc.

**El informe deberá contar:**

Presentación breve ante cámara (aproximadamente 30 segundos) realizada por algún integrante del grupo (es opcional un cierre).

Para el manejo y uso de la cámara se debe capacitar un integrante del grupo con al menos los conocimientos mínimos para su manejo, y conseguir la eficacia y potenciar el resultado del uso del equipo.

**Los aspectos más salientes de la pre-producción son:**

- ✓ La elección del tema y el enfoque.
- ✓ Factibilidad de realización de acuerdo a las condiciones de producción del taller, y la investigación sobre el tema elegido.

**Los aspectos más salientes en la fase de producción son:**

- ✓ La grabación de entrevistas, copetes, la toma de imágenes (registro de acciones, fotografías, etc); y

**La etapa de postproducción se destaca por:**

- ✓ La configuración integral del informe.
- ✓ Su secuencia informativa.
- ✓ La inserción de diferentes materiales al alcance en la isla de edición para contribuir al resultado final.

La presentación deberá hacerse en soporte DVD.

**Finalidad:**

De entre los objetivos del ejercicio propuesto se puede mencionar la mejora en el talento comunicativo y su presentación final delante de una cámara. Esto a su vez coloca como figura principal “al presentador” de la noticia y el desglose del desarrollo del tema es obligatorio.

## Resultados

Los alumnos deben preparar:

- ✓ Una carpeta de producción, que forma parte de la entrega final.
- ✓ Grabar su material en un único minidv
- ✓ Un formato del ejercicio que se pueda editar en un tiempo máximo de cuatro horas.
- ✓ Un video que oscile entre tres y cuatro minutos, sin contar los títulos.

Para este ejercicio se han formado grupos de cuatro o cinco alumnos (optativo).  
(Luca., 2011)

## Trabajo práctico nº 2

### Entrevista (en estudio)

- **Finalidad:** Hacer uso óptimo de audiovisuales y llevar a cabo una entrevista.
- **Proceso a seguir**
  - ✓ Se escoge el tema y el entrevistado
  - ✓ La grabación no será más de media hora ni menos de veinte minutos.
  - ✓ Finalmente se diseña un formato de no más de 5 minutos, los mismos que contienen registros adicionales de no más de 2 minutos, así la entrevista se mantiene en la línea principal llevándose 3 minutos.
  - ✓ A disposición del estudiante de comunicación están diversos recursos, estos pueden ser propios o ajenos, así como archivo de tv y vídeo, también los definidos por las fuentes, encuestas, fotos, placas y audios.

### Sugerencias:

- Llevar a cabo un diálogo adicional con duración mínima de 5 minutos.
- La post-producción determina el tiempo que se toma en la presentación de los entrevistados (30 segundos).
- La presencia del entrevistado es ineludible.
- No da lugar a suspensión una vez que se da por iniciado el diálogo.

- Se debe registrar los planos de protección para uso de la edición de imágenes, incluso se toma en cuenta la aparición de una segunda cámara.

Se presenta en archivo los recursos de los que se hizo uso para la realización, así: argumentación y elección del tema, dirección del tema, síntesis de la investigación, fragmentación hecha con antelación, recursos complementarios, planificación de la entrevista, organización de la misma y edición.

Se plantea realizar el ejercicio en grupos de 4 a 6 miembros del equipo de trabajo, quienes deben encargarse de: dirección, entrevista, producción, camarografía, sonido, operario de VTR (de ser requerido).

**En el proceso de producción, los pasos más importantes de este ejercicio son:**

- Planteamiento y dirección del tema, investigación, definición del entrevistado, así como la elaboración y planificación de las preguntas a realizar.
- Realización de recursos adicionales.
- El video de la entrevista debe tomar en cuenta: manejo de cámara del entrevistado, familiaridad con el mismo, luces, audio, planos de protección.
- La optimización de los equipos en el transcurso del video.
- La segmentación del diálogo y la elaboración de un sistema de secuencia que se observe al final.
- El resultado al final contendrá: veracidad y realidad informativa, argumentación válida del enfoque, coordinación temática.(Luca., 2011). La competitividad tecnológica y elocuencia que el equipo de trabajo demuestre.

Cada paso contribuye a la presentación del resultado final, si se llevan a cabo con suma responsabilidad el mismo será de satisfacción profesional.

#### **4.8El trabajo del productor**

El productor antes de salir al aire supervisa en estudio que las luces y el caunter tienen que estar en su posición, en su punto. Cabe recalcar que los camarógrafos, jefes de piso y asistentes de sonido y de luces estén listos.

En la redacción el productor es el que arma la pauta del programa, revisa los diarios locales virtuales y físicos a nivel nacional para luego conversar con el anchor y enterarlo de lo que se tiene en el programa para que el talento en el momento de improvisar se produzca con naturalidad y así el público pueda entender si hay algún dato extra que producción lo desconozca. También se revisa información internacional, de lo último ocurrido en el mundo como por ejemplo un sismo o algún atentado. Siguiendo el proceso el productor revisa los videos para corregir algún imprevisto (un atentado ocurrió el día de hoy...cuando ya es el día siguiente) y de esta manera se puede realizar un cambio y es aquí donde el asistente de producción ejecuta el apoyo al productor. Una vez que las notas ya están puestas en el sistema, el operador llamado vtr observa que todas estén listas y sin errores, esta revisión es parte de su labor ya que él es el último filtro y supervisar errores, gracias a esta cadena de secuencias el productor puede ejecutar una acción de corrección e improvisar

Después de haber coordinado todos los puntos anteriores la labor en el switcher (lugar donde se dirige los programas en vivo o grabados) es producir y coordinar detalles estratégicos con el constante monitoreo que tiene la competencia y si hay algunos cambios de último momento esto sería por orden de gerencia o por el director del departamento. Los productores conducen un sistema llamado real time un servicio que nos da ibope, mediante este sistema se puede ver 3 tipos de audiencia que tiene el canal y con qué noticia esta la gente enganchada para así el equipo de producción contrarrestarla audiencia con un tema fuerte (que le gusta al público) como por ejemplo una denuncia de un botadero de basura y las cucarachas paseándose en el momento de la toma o un video de algún robo.

Estas imágenes un ejemplo

**FIGURA 20: Realtime**

**tc.net**

**AUDIENCIA**  
Índice: RAT  
Plaza: GUAYAQUIL

| MIN   | BASE | TC<br>RAT | EC<br>RAT | RTS<br>RAT | UNO<br>RAT | GAM<br>RAT | TVC<br>RAT | TA<br>RAT | TOTAL<br>TV<br>TOT<br>RAT |
|-------|------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|-----------|---------------------------|
| 07:25 | 269  | 12.2      | 4.2       | 4.0        | 3.6        | 0.8        | 1.1        | 1.2       | 34.4                      |
| 07:24 | 268  | 12.2      | 3.9       | 4.7        | 3.6        | 0.8        | 1.1        | 1.2       | 34.7                      |
| 07:23 | 268  | 11.8      | 3.5       | 4.0        | 3.6        | 0.8        | 1.1        | 1.2       | 34.6                      |
| 07:22 | 268  | 12.1      | 3.1       | 4.0        | 3.8        | 0.8        | 1.1        | 1.6       | 34.6                      |
| 07:21 | 268  | 11.2      | 3.4       | 4.0        | 3.9        | 0.8        | 1.5        | 1.6       | 34.4                      |
| 07:20 | 269  | 11.6      | 3.1       | 4.0        | 3.9        | 0.8        | 1.5        | 1.6       | 34.4                      |
| 07:19 | 269  | 10.9      | 3.4       | 3.8        | 4.1        | 0.8        | 1.5        | 2.1       | 34.3                      |
| 07:18 | 268  | 10.1      | 3.4       | 4.0        | 4.6        | 1.2        | 1.5        | 1.6       | 33.9                      |
| 07:17 | 269  | 10.1      | 3.5       | 3.8        | 4.6        | 1.2        | 1.5        | 1.6       | 33.8                      |
| 07:16 | 268  | 10.1      | 3.1       | 3.8        | 4.6        | 1.2        | 1.5        | 1.6       | 33.2                      |
| 07:15 | 268  | 9.3       | 3.5       | 4.0        | 5.5        | 1.2        | 1.1        | 1.6       | 32.8                      |
| 07:14 | 268  | 9.3       | 3.5       | 3.6        | 5.0        | 1.2        | 1.1        | 1.6       | 31.9                      |
| 07:13 | 268  | 9.6       | 3.1       | 4.0        | 5.0        | 1.2        | 1.1        | 1.3       | 31.9                      |
| 07:12 | 268  | 9.6       | 3.5       | 3.6        | 4.6        | 1.2        | 1.1        | 0.8       | 31.5                      |
| 07:11 | 268  | 10.0      | 3.5       | 3.8        | 4.6        | 1.2        | 1.1        | 1.2       | 31.5                      |
| 07:10 | 268  | 10.0      | 3.5       | 2.0        | 5.0        | 1.6        | 1.1        | 0.8       | 30.6                      |

[DETALLES](#)

**Fuente:** TCTelevisión

Luego de la emisión se realiza el reporte diario para ver qué temas fueron los que tuvieron más puntos de rating de acuerdo al real time para hacerle seguimiento.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **CONCLUSIONES**

Con el presente trabajo de investigación se puede concluir que:

- Se vuelve un punto prioritario optimizar el desempeño profesional del comunicador social del Ecuador, los comunicadores sociales presentan falencias en el campo laboral por no haber experimentado espacios que exige el manejo del progresismo de las telecomunicaciones.
- El perfil del comunicador social de la FACSO se fortalecería durante el desarrollo de la carrera universitaria cumpliendo procesos continuos de práctica técnica y tecnológica que demanda el moderno mundo de la comunicación actual.
- Se debe estimar las experiencias profesionales de los egresados de la carrera de Comunicación Social para analizar ventajas y desventajas de las actividades teóricas prácticas que brinda la malla curricular vigente
- El aporte de talleres en asignaturas específicas durante todos los ciclos de estudio, permitirá que los egresados al culminar la carrera sean poseedores de la experiencia que exige el medio y adquieran el dominio de los ámbitos de producción de espacios televisivos, y así evidenciar estas destrezas y habilidades en el campo laboral.
- El diseño de una sala de producción de programas y/o espacios televisivos en la FACSO, optimizaría el desempeño profesional del comunicador social en su campo laboral.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda:

- Instaurar una sala de producción de televisión que perfeccione el pensus académico de la FACSO, para optimizar el desempeño profesional del comunicador social y superar los retos que presentan en el campo laboral los egresados de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.
- Aplicar estrategias académicas que permitan optimizar el perfil del egresado de la carrera de comunicación social y así elevar el nivel del periodismo ecuatoriano.
- Plantear nuevas expectativas en el desarrollo de la temática curricular de la carrera de Comunicación Social.
- Promover la aplicación de talleres prácticos, donde el uso de medios digitales y el dominio de la producción televisiva, fortalezcan la formación de profesionales de la información y comunicación.
- Diseñar una sala de producción de programas televisivos para instaurar un área práctica de producción de televisión optimizando el perfil profesional del comunicador social de la FACSO

## BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO, F. S. (s.f.). *aiu.edu/publications/student/spanish*. Obtenido de *aiu.edu/publications/student/spanish*:  
<http://www.aiu.edu/publications/student/spanish/180-207/TV%20PRODUCTION.html>
- Cabrera, D. G. (2016 ). *revistasbolivianas.org*. Obtenido de *revistasbolivianas.org*:  
[http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000700009&script=sci\\_arttext](http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2304-37682011000700009&script=sci_arttext)
- Cárdenas, A. (2 de Noviembre de 2006). *blogspot.com*. Obtenido de *blogspot.com*:  
<http://alexcardenas.blogspot.com/2006/11/las-clases-de-metodos-de-investigacion.html>
- Cubillo, D. E. (2008). *Revista Latina de Comunicación Social* . Obtenido de *Revista Latina de Comunicación Social* :  
[http://www.revistalatinacs.org/\\_2008/04/Galan\\_Cubillo.html](http://www.revistalatinacs.org/_2008/04/Galan_Cubillo.html)
- Damari, A. A. (2016). *Repositorio de la FACSO; UG*. Obtenido de *Repositorio de la FACSO; UG*:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8601/1/MODELO%20DE%20GESTI%C3%93N%20PARA%20REFORMAR%20LA%20MALLA%20CURRICULAR%20DE%20PERIODISMO,%20IMPLEMENTANDO%20UNA%20HORA%20DIARIA%20.pdf>
- Damari, A. A. (2016). *repositorio.ug.edu.ec/*. Obtenido de *repositorio.ug.edu.ec/*:  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8601/1/MODELO%20DE%20GESTI%C3%93N%20PARA%20REFORMAR%20LA%20MALLA%20CURRICULAR%20DE%20PERIODISMO,%20IMPLEMENTANDO%20UNA%20HORA%20DIARIA%20.pdf>
- Diplomado. Productor de televisión. (s.f.). Obtenido de *Diplomado. Productor de televisión*:  
<http://portal02.televisioneducativa.gob.mx/capacitacion/index.php?seccion=productor>

- eltelegrafo.com.ec. (2014). Obtenido de eltelegrafo.com.ec:  
<http://www.eltelegrafo.com.ec/images/eltelegrafo/politica/2015/30-10-15-Reglamento-LOC.pdf>
- Explorable.com. (2015). Obtenido de Explorable.com:  
<https://explorable.com/es/metodologia-de-la-investigacion>
- facsoblogsm12. (2012). Obtenido de facsoblogsm12:  
<https://facsoblogsm12.wordpress.com/2012/02/14/pensum-academico-de-licentura-en-comunicacion-periodo-2012-2013/>
- Géneros Televisivos. (mayo de 2011). Obtenido de Géneros Televisivos:  
<http://gnerostevisivos.blogspot.com/>
- Google.com. (2016). Obtenido de Google.com:  
<https://www.google.com.ec/maps/place/Facultad+de+Comunicaci%C3%B3n+Social+FACSO+Universidad+de+Guayaquil/@-2.1597864,-79.9464862,13z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x29669732614749d5!8m2!3d-2.1597864!4d-79.920222>
- J.Villasuso. (s.f.). newton.cnice.mec.es/materiales\_didácticos. Obtenido de newton.cnice.mec.es/materiales\_didacticos:  
[http://newton.cnice.mec.es/materiales\\_didacticos/mcientifico/mces.htm](http://newton.cnice.mec.es/materiales_didacticos/mcientifico/mces.htm)
- Lara, J. C. (2013). slideshare.net. Obtenido de slideshare.net:  
<http://es.slideshare.net/josecarlosgarcialara9/diseo-de-un-centro-de-produccion-audiovisual>
- LEÓN, L. K. (2014). Repositorio.ug.edu.ec. Obtenido de Repositorio.ug.edu.ec:  
[http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7376/1/Trabajo%20deTesis%20culminada%20\(%20Karen%20Leon\).pdf](http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7376/1/Trabajo%20deTesis%20culminada%20(%20Karen%20Leon).pdf)
- LÓPEZ, J. R. (s.f.). Repositorio de Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA. Obtenido de Repositorio de Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA: <http://www.borriones.net/audiovisual/protv.pdf>
- Luca., M. S. (2011). *Facultad de Periodismo y Comunicación Social – UNLP. perio.unlp.edu.ar*. Obtenido de Facultad de Periodismo y Comunicación Social – UNLP. perio.unlp.edu.ar:  
[http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/taller\\_de\\_produccion\\_audiovisual\\_i\\_cat\\_i.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/sites/default/files/taller_de_produccion_audiovisual_i_cat_i.pdf)

Morales., F. (s.f.). *creadess.org*. Obtenido de creadess.org:  
<http://www.creadess.org/index.php/informate/de-interes/temas-de-interes/17300-conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>

sites.google.com. (s.f.). Obtenido de sites.google.com:  
<https://sites.google.com/site/ciefim/investigaci%C3%B3n%E2%80%9CExpostfacto%E2%80%9D>

Social, D. d. (2016). *Facso.ug.edu.ec*. Obtenido de Facso.ug.edu.ec:  
<http://www.facso.ug.edu.ec/comunicacion-social/>

Tibysm. (Febrero de 2015). *slideshare*. Obtenido de slideshare:  
<http://es.slideshare.net/tibysm/presentacin-televisin-44947139>

UNAB VIRTUAL. (s.f.). Obtenido de UNAB VIRTUAL:  
<http://www.unabvirtual.edu.co/descargas/ava/ejemploact/glosario.htm>

Universidad de Guayaquil. FACSO. (2011). Obtenido de Universidad de Guayaquil. FACSO: <https://facsoblogsm12.wordpress.com/2012/02/14/ff/>

## ANEXOS

### Anexo 1: Encuestas

#### Encuesta dirigida a estudiantes de la FACSO



**Tema:** Análisis e importancia de una sala de producción de televisión, en la carrera de comunicación social de la FACSO, para optimizar el desempeño profesional del comunicador social

**Fecha:** ..... **Curso:** .....

**1.-** La televisión nacional ha sufrido una constante evolución y actualmente es generadora de espacios televisivos que luchan por el rating de la teleaudiencia.

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Totalmente de acuerdo |  |
| De acuerdo            |  |
| En desacuerdo         |  |

**2.-** Considera que el comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos.

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Totalmente de acuerdo |  |
| De acuerdo            |  |
| En desacuerdo         |  |

**3.-** La tecnología con que se despunta la comunicación hace más común el uso de medios digitales y el dominio de la producción televisiva, fortaleciendo la formación de profesionales de la información y comunicación.

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Totalmente de acuerdo |  |
|-----------------------|--|

|               |  |
|---------------|--|
| De acuerdo    |  |
| En desacuerdo |  |

4.- Los estudiantes de la carrera de Comunicación Social desarrollan dominio y habilidades en destrezas teóricas prácticas del campo de la producción de espacios televisivos.

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Totalmente de acuerdo |  |
| De acuerdo            |  |
| En desacuerdo         |  |

5.- Cree usted que las autoridades pertinentes deben promover estrategias de innovación en la aplicación de los conocimientos de producción de espacios audiovisuales.

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Totalmente de acuerdo |  |
| De acuerdo            |  |
| En desacuerdo         |  |

6.- Considera que el diseño de una sala organizacional de producción, fortalecería el pensum académico de la FACSO y así optimizaría el desempeño profesional del comunicador social.

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Totalmente de acuerdo |  |
| De acuerdo            |  |
| En desacuerdo         |  |

## Anexo 2: Entrevistas a personas del medio televisivo



|                             |                    |
|-----------------------------|--------------------|
| Nombre:                     | Canal de TV:       |
| Área laboral donde trabaja: | Tiempo de trabajo: |

1.- ¿Cuál es su trayectoria en el medio televisivo?

2.- ¿La carrera universitaria le permitió adquirir el desempeño profesional en el campo de la comunicación y producción de espacios televisivos?

3.- ¿Cree usted que los comunicadores sociales presentan falencias en el campo laboral por no haber experimentado espacios que exige el manejo del progresismo de las telecomunicaciones y de la producción?

4.- Según su criterio. El comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos.

5.- ¿Considera que es necesario que las autoridades universitarias en curso estudien la actual problemática de efectivizar el diseño de una estructura organizacional que demanda una sala de producción de programas televisivos para optimizar el desempeño profesional de los egresados de la FACSO?



Entrevistas a personas del mediotelevisivo *mi canal!*



Universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES DEL MEDIO TELEVISIVO



**Lcdo. Jorge Rendón Estévez**

|                                                     |                                   |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Nombre:</b> Jorge Rendón Estévez                 | <b>Canal de TV:</b> Tc Televisión |
| <b>Área en que trabaja:</b> Subdirector de Noticias | <b>Tiempo de trabajo:</b> 26 años |

**1.- ¿Cuál es su trayectoria en el medio televisivo?**

Bueno ante todo un saludo para los estudiantes de la FACSO, mi trayectoria son 26 años en televisión y casi el mismo tiempo en radio

**2.- ¿La carrera universitaria le permitió adquirir el desempeño profesional en el campo de la comunicación y producción de espacios televisivos?**

La carrera universitaria fue la base justamente teórica para empezar esta profesión tan noble como es el periodismo, pero en si fue la práctica que me llevó a entender el periodismo televisivo, radial y también el escrito donde también laboré en alguna oportunidad.

**3.- ¿Cree usted que los comunicadores sociales presentan falencias en el campo laboral por no haber experimentado espacios que exige el manejo del progresismo de las telecomunicaciones y de la producción?**

Si hay falencias, por supuesto que sí, y más cuando se empieza... pero yo creo que cuando tú estás en las aulas universitarias aprendes la teoría y después aplicas esto en la práctica laboral y en el camino ambas ópticas se unen en una comunión a partir de la experiencia que vas adquiriendo y que faltó fortalecer en la carrera. Así vas asimilando y enrumbando tu carrera profesional.

**4.- Según su criterio. El comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos.**

Yo diría que el periodismo día a día nos hace justamente conocer más situaciones, especialmente en la tecnología de lo que está revestido también el periodismo moderno. Día a día tenemos que aprender en el campo de la producción más aún por la exigencia del actual modernismo.

**5.- ¿Considera que es necesario que las autoridades universitarias en curso estudien la actual problemática de efectivizar el diseño de una estructura organizacional que demanda una sala de producción de programas televisivos para optimizar el desempeño profesional de los egresados de la FACSO?**

Sí, definitivamente esto es muy importante. Yo al igual que tú Juan Carlos vengo de aulas universitarias del periodismo, estuve en la Universidad Laica Vicente Roca fuerte donde me titulé de periodista profesional y posteriormente obtuve mi licenciatura en la FACSO con mucho orgullo. Opino que hace falta que las mismas

universidades adopten dentro de sus instalaciones una sala laboratorio donde se cuenten con espacios técnicos de set de televisión y de radio, claro no al cien por ciento pero si algo que permita al estudiante universitario de periodismo y al egresado conocer hacia dónde va ir, con que se va a enfrentar, que es lo que va a manejar, que es lo que va a conducir. Este esfuerzo por parte de las instituciones universitarias vale la pena y conozco de muchas universidades que cuentan con canales internos de televisión y segmentos de radio en sus dependencias, pero esto depende de la coordinación de los entes administrativos vigentes.



**Lcdo. Luis Gálvez**

|                                        |                                   |
|----------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Nombre:</b> Luis Gálvez             | <b>Canal de TV:</b> Tc Televisión |
| <b>Área en que trabaja:</b> Producción | <b>Tiempo de trabajo:</b> 10 años |

**1.- ¿Cuál es su trayectoria en el medio televisivo?**

Saludos a todos los que me escuchan, llevo más de 10 años en televisión y en este camino recorrido he adquirido mucho conocimiento sobre todo en materia técnica y tecnológica en especial en medios audiovisuales

**2.- ¿La carrera universitaria le permitió adquirir el desempeño profesional en el campo de la comunicación y producción de espacios televisivos?**

Por supuesto que sí sobre todo en materias teóricas tan importantes como la redacción gramatical y redacción con estilo periodístico acompañada de otras que abarcan mucha cultura general en ámbitos económicos y políticos que nos

complementa no solo como comunicadores sino como ciudadano común; aunque cabe indicar que en la práctica tuve que aprender y fortalecer muchas áreas.

**3.- ¿Cree usted que los comunicadores sociales presentan falencias en el campo laboral por no haber experimentado espacios que exige el manejo del progresismo de las telecomunicaciones y de la producción?**

Le respondo de manera sencilla sí

**4.- Según su criterio. El comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos.**

Por supuesto que sí, porque esta ciencia de la comunicación social es un campo muy abierto, es todo un universo que permite sumar a las leyes tradicionales de la comunicación nuevas normas que agregada a la creatividad permite optimizar la comunicación como tal y consigue que el comunicador adquiera un perfil más veraz y de mucha credibilidad que va a ser distinción en este campo social

**5.- ¿Considera que es necesario que las autoridades universitarias en curso estudien la actual problemática de efectivizar el diseño de una estructura organizacional que demanda una sala de producción de programas televisivos para optimizar el desempeño profesional de los egresados de la FACSO?**

Por supuesto que sí, esto va a permitir temáticas diferentes al pensum y sobretodo los jóvenes que están estudiando esta carrera van a poseer una idea más cercana a lo que es la realidad de la televisión; mientras no se tenga las herramientas del dominio de espacios y procesos que conllevan un trabajo de producción muy difícilmente conseguirán desconectarse de la teoría ya que vivirán un mundo imaginado de lo que es el trabajo de televisión. En todo caso contar con una sala de producción permitirá a los egresados conocer y dominar este amplio campo del mundo de producir programas de televisión.



Universidad de Guayaquil

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENTREVISTA DIRIGIDA A PROFESIONALES DEL MEDIO TELEVISIVO



**Lcdo. Stalyn Baquerizo**

|                                        |                                   |
|----------------------------------------|-----------------------------------|
| <b>Nombre:</b> Stalyn Baquerizo        | <b>Canal de TV:</b> Tc Televisión |
| <b>Área en que trabaja:</b> Periodismo | <b>Tiempo de trabajo:</b> 4 años  |

**1.- ¿Cuál es su trayectoria en el medio televisivo?**

Como actor cerca de 15 años trabajando en este mismo medio de comunicación de Tc televisión y como reportero casi 4 años de funciones con el orgullo de ir aprendiendo cada día más de esta noble profesión

**2.- ¿La carrera universitaria le permitió adquirir el desempeño profesional en el campo de la comunicación y producción de espacios televisivos?**

Bueno la verdad no tengo conocimiento si en otras facultades de las diferentes universidades del país puedan los egresados contar con un mayor conocimiento en la parte técnica de la profesión, aunque en los procesos teóricos se cumplieron muchas de mis expectativas en la práctica faltó una aplicación continua. Por lo menos en el período que curse mi carrera en el año 2000 al 2005 se podría decir que había la falencia de no contar con las herramientas necesarias ni el espacio pertinente para que el estudiantado pueda ejecutar algún trabajo audiovisual que

le permitiese adquirir experiencia y así se optimice el futuro trabajo una vez en el campo laboral

**3.- ¿Cree usted que los comunicadores sociales presentan falencias en el campo laboral por no haber experimentado espacios que exige el manejo del progresismo de las telecomunicaciones y de la producción?**

Bueno yo creo que esta problemática es compartida entre el rol del centro de estudio y el alumno, El hecho de que el comunicador o periodista tenga falencias en el momento de ejercer la profesión en ciertas ocasiones es independiente de la educación recibida en la universidad porque este busca medios de auto educarse; pero si debe existir una corresponsabilidad entre las instituciones educativas y el estudiantado para mejorar la enseñanza y el aprendizaje

**4.- Según su criterio. El comunicador social es un profesional que continuamente debe actualizar sus destrezas técnicas en el campo de la producción de espacios televisivos.**

Es obligación del profesional permanecer en una constante búsqueda de nuevas técnicas que le permita ir a la vanguardia de la tecnología. Principalmente a partir de la aparición de los medios digitales

**5.- ¿Considera que es necesario que las autoridades universitarias en curso estudien la actual problemática de efectivizar el diseño de una estructura organizacional que demanda una sala de producción de programas televisivos para optimizar el desempeño profesional de los egresados de la FACSO?**

Es muy necesario que las instituciones cuenten con diversos departamentos para la práctica de diferentes actividades relacionadas a la producción. Así también contar con personal humano capacitado o con experiencia en los medios para que la enseñanza sea mejor y exigir que los estudiantes realicen prácticas en los medios de acuerdo a su especialidad.

### Anexo 3: Documento de certificación de la población en estudio.

Guayaquil, 19 de diciembre del 2016

Sr. Abogado  
PEDRO MONCADA AWAD  
Secretario de la Facultad de Comunicación Social

En su despacho:-

Le comunico que en la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Comunicación Social del periodo lectivo 2016-2017 CII del 1erº al 8vo estudiantes matriculados legalmente a la fecha son:

|               |              |
|---------------|--------------|
| 1er. semestre | 162          |
| 2do. semestre | 149          |
| 3er. semestre | 196          |
| 4to. semestre | 321          |
| 5to. semestre | 347          |
| 6to. semestre | 513          |
| 8vo. semestre | 350          |
| <b>Total</b>  | <b>2.037</b> |

  
Leda Monica Olvera Peña  
Secretaria de 7mo.8vo. Semestre y Cuarto Curso  
Carrera de Comunicación Social.





19-12-2016

Pag. N.º 94

Fecha

| CEDULA                              | NACIONALIDAD | MATRIC. | Apellido Nombre | SEXO                               | COMPROBANTE | VALOR | ESTADO | PAGADO EN                          | No.FACTURA | VEZ |
|-------------------------------------|--------------|---------|-----------------|------------------------------------|-------------|-------|--------|------------------------------------|------------|-----|
| TOTAL MATRICULADO 1 CURSO SEMESTRE  |              | 162     |                 | TOTAL MATRICULADO 2 CURSO SEMESTRE |             | 149   |        | TOTAL MATRICULADO 3 CURSO SEMESTRE |            | 196 |
| TOTAL MATRICULADO 4 CURSO SEMESTRE  |              | 321     |                 | TOTAL MATRICULADO 5 CURSO SEMESTRE |             | 347   |        | TOTAL MATRICULADO 6 CURSO SEMESTRE |            | 513 |
| TOTAL MATRICULADO 7 CURSO SEMESTRE  |              | 0       |                 | TOTAL MATRICULADO 8 CURSO SEMESTRE |             | 350   |        | TOTAL MATRICULADO 9 CURSO SEMESTRE |            | 0   |
| TOTAL MATRICULADO 10 CURSO SEMESTRE |              | 0       |                 |                                    |             |       |        |                                    |            |     |

Total Masculino 786

Total Femenino 1.252

|                  |              |              |                |              |                |               |
|------------------|--------------|--------------|----------------|--------------|----------------|---------------|
| ECUATORIA 2 010  | COLOMBIANA 3 | BRASILEIRA 0 | CHILENA 0      | PERUANA 0    | MEXICANA 0     | CUBANA 1      |
| VENEZOLANA 1     | CHINA 0      | CANADIENSI 0 | COSTARICENSE 0 | PANAMEÑA 0   | GUATEMALTECA 0 | SALVADOREÑA 0 |
| ARGENTINA 0      |              | URUGUAYA 0   |                | DOMINICANA 0 | LIBANES 0      | NINGUNA 1     |
| ESTADOUNIDENSE 0 | ITALIANA 0   | COREANA 0    | UCRAINIANA 0   | PARAGUAYO 0  | MALASIO 0      | ESPAÑOLA 0    |
|                  |              |              |                |              |                | FRANCESA 0    |

#### **Anexo 4: Fotos**



**Entrevista al Lcdo. Jorge Rendón Estévez, Subdirector de Noticias en Tc Televisión**



**Entrevista al Lcdo. Luis Gálvez, Área de Producción en Tc Televisión**



**Entrevista al Lcdo. Stalyn Baquerizo, periodista en Tc Televisión**



**Encuesta a los estudiantes de tercer semestre, facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil (FACSO)**



**Encuesta a los estudiantes de cuarto semestre, facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil (FACSO)**