II. MARCO TEÓRICO

2.1 MÉTODOS DE ENSEÑANZA.

El papel de la Institución Superior o de la Universidad es muy importante en la especialización del estudiante, en ella recae la constante innovación de los sistemas educativos, la aplicación de nuevos métodos de enseñanza o la actualización de éstos, en dado caso que se requiera. El "taller" es uno de los tantos métodos de enseñanza que existen.

Se hará un recorrido por la diversidad de métodos que existen para identificar sus funciones y dimensiones, con el fin de asimilar un taller como alternativa para profundizar y especializar al estudiante en la materia de televisión.

Desde el punto de vista filosófico, el método es: "La forma de asimilación teórica y práctica de la realidad que parte de las regularidades del movimiento del objeto estudiado o como el sistema de principios reguladores de la actividad transformadora práctica, cognoscitiva y teórica." (Talizina, 1991)

Entre los métodos que más destacan se encuentra *la Clase,* cuya función es la explicación lenta sobre las asignaturas y donde el grupo es reducido para que se pueda detener y plantear preguntas. (Mckenzie, 1974:71)

El *pequeño grupo de discusión* y de *tutoría* sirve específicamente para la solución de problemas, donde existe una interacción entre el estudiante y el maestro. (Mckenzie, 1974:72)

La *Cátedra* como otro método de enseñanza no constituye un método eficaz para transmitir información, debido al tamaño exagerado de estudiantes. Éste sirve para dar una estructura conceptual como base del estudio independiente. (Mckenzie, 1974:73)

Existen métodos que en la actualidad han llegado a modernizar el sistema educativo, pero dicha modernización no implica una mejor educación o ser un método perfecto. Estos métodos se enfocan en utilizar la tecnología actual.

En un primer lugar se encuentra el *Circuito Cerrado de Televisión*; el cual , mediante videos sobre los temas de las cátedras se le presenta a un grupo grande de estudiantes, teniendo interacción con el maestro que se encuentra en una base para que los estudiantes lo vean por televisión o por pantallas. Por otro lado, encontramos las *"Tele Instituciones",* las cuales no van muy lejos del sistema del circuito cerrado; la diferencia es que, su aplicación en la educación es primordialmente lo que se puede captar de los temas televisados. (Mckenzie, 1974:22)

Las *"Tele Instituciones"* así como los *Cursos por Circuito Cerrado de Televisión* los han clasificado como estudios independientes; pero también, gracias a la tecnología, encontramos cursos independientes de especialización como lo son: las *Clases vía Internet*. (Programa de educación a distancia VRID, 2004)

Dentro de las especializaciones como estudios independientes se encuentran los *Talleres*, los cuales están enfocados en la aplicación de lo teórico y su aprendizaje se basa en el desempeño de lo práctico. (Natacha, 2003)

2.1.2 DIMENSIONES DE UN MÉTODO DE ENSEÑANZA.

Toda esta diversidad de métodos de enseñanza toman en cuenta las siguientes dimensiones para su ejecución y clasificación de éstos: *"la composición del grupo; las características entre los miembros del grupo; la naturaleza de los recursos materiales disponibles; los modos de utilización de dichos recursos; y los factores temporales, es decir, el tiempo de continuación del esfuerzo inicial."* (Mckenzie, 1974:51)

Si se analiza cada uno de los métodos nombrados, se podrá observar que no todas las dimensiones se aplican en éstos. Las dimensiones no son totalmente independientes; pero tampoco, debe existir una combinación perfecta. Se recordarán estas dimensiones más adelante en la profundización del "*taller*" como método; el cual, es uno de los pocos que cubre con la mayoría de las dimensiones para hacer una combinación casi perfecta.

2.1.3 FUNCIONES DE LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA.

La razón por la que una Universidad o una Institución de Educación Superior cuenta con una diversidad de métodos; no es solamente, para cumplir con las expectativas de superación del estudiante; sino también, por los métodos que apoyan para cumplir con los planes de estudio de dichas instituciones.

"A veces se exige a la enseñanza el desempeño de todas las funciones siguientes: (a) Presentación de información; (b) Comunicación de objetivos; (c) Estructuración del campo; (d) Explicación de conceptos y problemas difíciles; (e) Motivación del estudiante; (f) Desarrollo del pensamiento crítico; (h) Cambio de actitudes; (i)Estímulo de la originalidad; (j)Desarrollo de la auto-evaluación y, (k) Desarrollo de la aptitud para resolver problemas." (Mckenzie, 1974:72)

Cabe mencionar que no siempre los métodos cumplen con todas las funciones. En el caso de que se hablara de una *Clase*, posiblemente ésta pueda cumplir con la función de comunicar los objetivos, la presentación de información y probablemente la estructuración del campo. La *Clase* podría llegar a motivar al estudiante, pero dependería del tamaño del grupo y de la interacción del maestro con sus alumnos. (Mckenzie,1974:71)

En un caso más lejano se encuentra la *Cátedra*; ya que, por la cantidad de estudiantes con la que ésta cuenta, es factible que transmita muy buena información y objetivos a través de impresos que se reparten a los estudiantes. (Mckenzie,1974:71)

Los *Grupos de Tutoría* pudieran ser los más eficaces, porque en estos grupos se aplicaría la función de identificar los problemas y desarrollar las soluciones; a pesar de ser un método poco económico. (Mckenzie,1974:72)

En el caso de los métodos que aplican la tecnología como: la televisión y el internet; la función de interacción y motivación del estudiante se encuentra distante y con poca posibilidad de triunfo. (Mckenzie,1974:73)

La importancia de este apartado es analizar qué tan importante podría ser un *Taller de Televisión* como un estudio independiente para todos los estudiantes de Ciencias de Comunicación de la Universidad de las Américas, Puebla que estén interesados en especializarse en esta materia.

2.2 EL TALLER DE TELEVISIÓN COMO MÉTODO DE ENSEÑANZA.

Se ha mostrado el valor que tienen los métodos de enseñanza en una Institución Superior; se han marcado los precedentes que ocasionan la constante innovación en el sistema de educación; los métodos han aclarado las funciones generales que suelen cumplir y, se está analizando la importancia de un taller como método de enseñanza y su alcance como un estudio independiente.

De esta forma, se tratará de encontrar la fórmula adecuada para cubrir las expectativas, exigencias y ganas de superación de los estudiantes que quieran profundizar en la especialización de televisión.

Por lo tanto, se analizarán las funciones que cubriría un taller y las dimensiones que abarca.

2.2.1 FUNCIONES DE UN TALLER.

Un taller incluiría las siguientes funciones:

La "*motivación del estudiante"* , por las características del grupo; ya que, éste se forma con estudiantes interesados en el tema específico del taller. El *"desarrollo del pensamiento crítico";* debido a que se maneja un alto grado de análisis sobre el tema del taller. El *"estímulo de la originalidad*" y *"el desarrollo de la aptitud para resolver problemas",* porque a través de lo teórico se emplea lo práctico. (Mckenzie, 1974:72)

En un segundo término, pero no por ello menos importante, se encontrarían las funciones, que al ser un grupo no muy grande se podrían cumplir, como: "*La presentación de información"*; *"la comunicación de objetivos", "la explicación de conceptos y problemas difíciles".* (Mckenzie, 1974:72)

A continuación se analizarán las dimensiones que un taller podría abarcar; éstas ya han sido nombradas anteriormente, pero que ahora se profundizará en ellas para entender la dimensión de un taller.

2.2.2 LAS DIMENSIONES DEL TALLER.

Se tomarán en cuenta las dimensiones especificadas anteriormente en el apéndice 2.1.2, con las que debe contar cualquier método de enseñanza, considerando sus características y metodología.

Posteriormente se verá de qué forma pueden estas dimensiones relacionarse con un taller de televisión.

La composición del grupo.

Esta dimensión se refiere al tamaño del grupo y a la cantidad de estudiantes que lo conforman. Para un taller es recomendable que sea un grupo mediano, de 15 a 20 integrantes. Originalmente, se ha comprobado que la composición de un grupo sin maestro tiene mayor efecto, contando con el apoyo de la televisión. Pero en otro caso, las reuniones informales con un maestro o guía han conformado un mayor aprendizaje; los mejores recursos de un alumno son sus compañeros al aportar información en estas reuniones informales. (Mckenzie, 1974: 51)

Por lo tanto, si la composición de un grupo y sus características recaen en la habilidad del aprendizaje, el taller puede contar con la presencia de diversos especialistas y el apoyo de un guía encargado de calendarizar la presencia de éstos.

Asimismo, se buscaría la interacción del grupo entre compañeros manejando el sistema de mesa redonda; todo esto para cubrir el área de reuniones informales.

Las características de los miembros del grupo.

Las características de un maestro en un método de enseñanza recaen en qué tanto conocimiento tiene sobre el tema, qué tanto aprendizaje y qué tanta experiencia tiene para dar una asignatura. En el caso de los estudiantes de un método de aprendizaje independiente, se deberá considerar los conocimientos que éste lleva a la situación y la motivación que tiene por aprender. (Mckenzie, 1974:51)

Los modos de interacción entre los miembros del grupo.

La interacción, como se mencionará en la dimensión de composición del grupo, dependerá del tamaño del grupo; ya que, ésta no sería fructífera en grupos mayores de 32 personas. Esto, porque el maestro no puede tener el contacto efectivo. Si el grupo es menor a 32 estudiantes, hay posibilidad de que éstos le hagan preguntas al maestro y que el maestro los interrogue. Otro funcionamiento efectivo es que los mismos estudiantes se interroguen entre sí, ya sea en subgrupos o en una sesión de preguntas y respuestas abiertas. (Mckenzie, 1974:52)

En un taller, vemos que la interacción es muy importante, así que el ser un grupo pequeño es primordial, manejando esas reuniones informales para que pueda haber interacción de preguntas y respuestas entre el guía (maestro) o entre los mismos estudiantes.

Naturaleza de los recursos materiales disponibles.

Existen materiales estructurados, no estructurados y los de estructuración. Los “estructurados” se refieren a los libros de trabajo, programas y películas explicativas. Los materiales “no estructurados” incluyen los materiales de una fuente, impresos y audiovisuales. Y, los de “estructuración” pueden ser como bibliografías comentadas o hasta la asignación de tareas. (Mckenzie, 1974:52)

Es evidente que los recursos materiales son primordiales para un taller, debido a que en el se aplicarán los materiales “estructurados”, los “no estructurados” y los de “estructuración”.

También se considerará el recurso técnico para la práctica de televisión, como lo son: cámaras, luces e islas de edición, entre otras cosas, las cuales son necesarias para el aprendizaje y la aplicación..

Modos de utilización de los materiales educativos.

La forma en que se usan los tres tipos de materiales son básicos en un método de enseñanza; ya que, debe haber una administración de éstos por la misma institución. Se debe considerar la disponibilidad de tiempo de los materiales y analizar quién sería la persona que administraría ese material. (Mckenzie, 1974:52)

En el caso del Taller de Televisión, se debe considerar la disponibilidad de tiempo de los salones y la cantidad de recursos técnicos disponibles en la institución; debido a que, un método alterno no tiene prioridad sobre el sistema educativo regular de la misma.

El factor tiempo.

Como un método o estudio independiente, el estudiante no puede discernir entre el tiempo de sus clases y la preparación regular; es decir, entre el estudio de clases extracurriculares y las normales. Normalmente el estudiante no considera el factor tiempo y la disponibilidad que tiene para desempeñar bien sus dos tipos de estudios. (Mckenzie, 1974:52) En este caso, Mckenzie se refiere a la disponibilidad de tiempo y dedicación que el estudiante le pueda dar a las materias regulares de un plan de estudios o a un taller que en dado caso pueda ser optativo.

Por lo tanto, el diseño de un taller de televisión también deberá de considerar el factor tiempo para impartir el curso; pero siempre cuidando la disponibilidad del estudiante, así como su compromiso.

Cabe mencionar, que para que un taller se aplique en la enseñanza de la televisión, se tienen que tener claras las características de éste término, su esencia y el aprendizaje que se debe de adquirir.

2.3 ¿QUÉ ES LA TELEVISIÓN?

"La televisión es un buen medio de comunicación…pero hay algunos que también ven en él un estupendo negocio que les permite ganar varios millones cada año; otros, en cambio, hablan apasionadamente de un arte nuevo que ha sido posible gracias al advenimiento del maquinismo y a la Revolución Industrial; y hay quienes hablan de la televisión en términos matemáticos, de distancias focales, de electrónica y de otros tecnicismos incomprensibles para el profano", (Quijada, 1986:12)

Es evidente, como lo define Quijada (:13), que los significados y enfoques varían del punto de vista en que se analice el término "Televisión".

Existen términos sobre los efectos de la televisión y por lo tanto le dan un significado más profundo, como lo describe John Fiske en su libro "Televisión Culture": *"La televisión es la portadora y la provocadora de significados y placeres…" (Fiske, 1987:1).* Pero, por otro lado, continúa con un significado más valorativo sobre lo que provoca la televisión en la sociedad, refiriéndose a que culturalmente la televisión es la generadora y el conducto de la variedad de significados de un grupo social. (Fiske, 1987:1)

No se profundizará en el enfoque cultural de la televisión; sin embargo, lo puntualizado anteriormente nos da a entender la magnitud invaluable de la televisión y los efectos que ésta tiene en nuestra sociedad.

Por lo tanto, si la televisión tiene tal impacto en nuestra vida cotidiana, el análisis que se realizará sobre lo técnico y el desarrollo de producción televisiva, no se hará sin tener en mente la fuerza y el alcance que ésta tiene.

Entonces, la televisión es el transmisor de significados y mensajes utilizando las imágenes y sonidos. Pero, ¿cómo se producen esos mensajes, cómo se transmiten esos significados para que finalmente tengan un impacto en la sociedad?

Esas son preguntas que el estudio técnico de la producción de televisión irá respondiendo y conforme se vaya avanzando en este capítulo, se verán todas esas disciplinas de las que depende la televisión para que los mensajes y las imágenes tengan un efecto ante la sociedad. Por lo tanto, se analizará la televisión desde un medio masivo de comunicación, así como los tecnicismos televisivos que abarca la producción.

2.3.1 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN.

"La televisión es uno de los más complejos y fundamentales medios de comunicación que ha conocido jamás el hombre…la televisión no sólo informa acerca de los sucesos que ocurren en el mundo, sino que incluso llega a propiciarlo con la presencia de las cámaras." (Quijada, 1986:14)

La humanidad siempre ha tratado de comunicarse de una forma u otra y gracias a la tecnología ha podido ir creando sistemas que le permiten acentuar la difícil tarea de comunicarse de un lado del mundo al otro. En un principio se encontraba el telégrafo; posteriormente el teléfono y después, la radio como sistema antecesor a la televisión.

Esta necesidad por informar, comunicar o entretenerse a través de la televisión, no tuvo una medida de alcances; ya que, ahora este medio ha suplido varias formas de conocimiento, así como de comportamientos. *"Se ha comprobado que muchas personas pueden aprender ciertas cosas mejor en televisión que en un salón de clases, las distracciones se reducen al máximo; la atención se concentra, pero esto sirve para comunicar sólo cierta clase de conocimientos."* (Quijada, 1986:13)

Su impacto como medio masivo de comunicación, no sólo ha servido para que ahora con la tecnología, nos enteremos de lo que está sucediendo del otro lado del mundo; sino que también encontremos patrones de conducta, personajes con los que nos identificamos y una forma de entretenimiento. En la actualidad ha sido tal el impacto en la sociedad de este medio de comunicación, que los estudiosos dudan si el comportamiento humano ahora depende de lo que la televisión nos imponga. *"La televisión puede ser un factor que proporcione a una mente delictiva ideas de las que echará mano en un momento dado para perpetrar un crimen."* (Quijada, 1986:13)

La televisión se considera masiva porque llega a una gran cantidad de sub-culturas dentro de una misma sociedad; su penetración es tan impactante que se crean sub-audiencias y es por ese impacto que la televisión trata de homogenizar a la audiencia, transmitiendo mensajes en los cuales la mayoría o bien, todos los espectadores se sientan identificados. De esta forma la televisión puede llegar a toda la audiencia que le sea posible. (Fiske, 1987 : 37).

El impacto de este medio masivo ha sido tan grande que, existen temas concernientes a los cambios sociales que la televisión puede provocar en una sociedad. Los cambios sociales ocurren y los valores ideológicos cambian, como lo argumenta John Fiske en el apartado de "Television and social change" (:37**).**

Todo esto, el cambio de actitudes, la preferencia de informarse por televisión que mediante otros recursos, la creación de patrones y demás efectos, son los que se impulsan en un medio masivo.

Fiske cita a Kaplan, una estudiosa de lo radical del género femenino en el medio, donde ella trata de justificar al “que hace televisión” , del por qué tienen un impacto así: *“Ellos se enfocan en el modo de la representación, ya sea en el cine o en la televisión como una máquina para producir ilusiones de lo real, ellos dirigen su atención al proceso de lo visual y auditivo y usan técnicas para romper la ilusión de que nosotros no estamos viendo televisión, sino “realidad”* (: 45)

Ese resultado se obtiene, como lo dice MacCabe’s (1986), citado por Fiske, por la forma radical del proceso de hacer un programa. Por eso, era necesario en esta tesis profundizar en la televisión como medio masivo de comunicación y los efectos más representativos que ésta tiene sobre la sociedad; porque como dice MacCabe, todo recae en la forma y en el proceso de hacer televisión.

Por lo tanto, ese efecto como medio masivo no sólo depende de la tecnología que tiene la capacidad de llegar a todo el mundo, con imágenes y sonidos; sino, principalmente recae en quién la hace.

Si un taller se enfoca en la especialización de la producción de televisión, se debe tener claro el alcance y la proyección que tiene este medio; para que, cada individuo defina qué tipo de mensaje le gustaría mandar a la sociedad.

2.3.2 PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

La transmisión de un mensaje auditivo y visual es lo que conjunta todo lo que se recibe a través de ese aparato, es aquello que las industrias dedicadas al medio mandan, utilizando esa gran tecnología. Finalmente, es todo eso que se recibe a través de la televisión. Pero, ¿cómo hacer para que un mensaje sea transmitido por televisión?

Es aquí donde entra en juego la producción de televisión; todo aquel proceso antes, durante y después de transmitir una idea, imagen o mensaje. La “producción” como un término definido por su significado más esencial se refiere a: “Exhibir, presentar, examen y manifestar a la vista aquellas razones o motivos que pueden apoyar su justicia o el derecho que tiene para su pretensión.”

(González, 1983:25) Se entiende mejor como la forma de crear, originar, hacer u ocasionar.

Por ende, si se habla de “crear” un programa de televisión, de “producirlo”; o si “originamos ideas”, hablamos de “producirlas”; si nos referimos al verbo “hacer” televisión, hablamos de “producir” televisión.

Referirnos con verbos como hacer, crear y originar televisión, se entendería fácilmente por la acción de cada verbo. Hacer televisión se podría entender como hacer simplemente una “tele” de cartón o un poco más complicado, tomar una cámara, grabar imágenes, editarlas y posteriormente presentarlas en la televisión de nuestra casa; como ejemplo, el video grabado por unos padres en los XV años de su hija. Eso sería: “hacer televisión”.

Se comprende así, que el verbo “producir” es aún más complejo; esta acción se apoya de otras acciones para llegar a un fin común.

El concepto de producción abarca desde la idea original de un programa, hasta la calidad de las personas que aparecen en la pantalla; éste también, engloba todo aquello referente a la cantidad de dinero que se necesita para salir al aire. (González 1983:26)

Dicha producción se puede definir como: el conjunto o la unión de diferentes talentos y habilidades para alcanzar objetivos en común. Es decir, es la conjugación de todo lo nombrado anteriormente. De la misma forma, el investigador Jorge González lo describe en su libro “Televisión, teoría y práctica” – profesor de comunicación del TEC de Monterrey, Campus Monterrey – donde habla que la producción “es el proceso mediante el cual una idea se va transformando hasta llegar a plantearse en términos reales de audio y video.” **(:26)**

Es así que el término de “producción” es aún más complejo de lo que parece; es un proceso en donde se integra el trabajo y la disciplina de varias personas. Ahora, ¿qué tipo de personas se integran y en qué parte del proceso de la producción?

2.3.3 PROCESO DE PRODUCCIÓN.

En el proceso de producción, diferentes personas se integran paulatinamente para cumplir con su trabajo, con el fin de obtener un producto final. Para entender el tipo de personas que se integran, se definirán las tres partes del proceso de producción, donde claramente se verá qué tipo de especialista es el que participa en cada parte del proceso.

2.3.3.1 La Preproducción.

Jorge González habla de tres etapas en la pre-producción: la preparación, la organización y la comunicación.

La *Preparación* comprende todo aquello relacionado con la investigación previa sobre contenidos de los programas existentes en la televisión; así como la investigación de mercado y posible “rating”. También abarca, todo lo relacionado con la selección de ideas para crear nuevos programas. Esta etapa de preparación se encarga de estudiar los recursos que se necesitan para llevar a cabo tal idea, así como también en fijar objetivos específicos para irlos cumpliendo poco a poco. (González, 1983: 29)

La mercadotecnia, en conjunto con la investigación cualitativa y cuantitativa, juegan un papel muy importante en esta etapa de preparación; ya que, a través de sus estudios, se puede precisar el gusto del televidente y saber qué tipo de contenido le gusta.

Estas disciplinas, la mercadotecnia y la investigación han sido dos de las materias que se han nombrado a lo largo de la tesis. La primera, como una materia en donde sus estudios se relacionan independientemente con la producción de televisión. La segunda, como una de las asignaturas esenciales para iniciar un proceso de producción.

La *Organización*, la segunda etapa del proceso de pre-producción, se refiere al momento en que todas las partes se unen para realizar el proyecto. Es cuando se deslindan responsabilidades, fechas de grabación, así como de post-

producción. Contando con los elementos suficientes, previamente seleccionados, se realiza el proyecto por escrito; como en su caso podrían ser los storyboards, storylines y guiones, así como un plan de producción.

En este plan de producción se especifican las fechas, los recursos necesarios y la actividad de cada personaje involucrado en el proyecto. (González, 1983:30)

Se observa que nuevamente en la organización se integra otro conocimiento muy importante, la realización de guiones, storyboards y storylines. En este proceso los guiones técnicos y literarios son fundamentales para saber la operación del proyecto que se está realizando. Otra de las materias que se relacionan con la televisión.

Aquí es donde entra en juego la *Comunicación*; esta etapa en la pre-producción es fundamental; ya que, la persona que transmita la información deberá tener sensibilidad y carisma para que su mensaje pueda ser captado. El equipo técnico deberá de estar muy bien informado de las características del programa; para que, éste pueda trabajar sobre todo lo referente a su tema. Los personajes de igual manera deberán estar lúcidos con el contenido del guión y con las dudas aclaradas, para poder ejecutar el proyecto. Toda esta comunicación recae en el trabajo del productor, del director o del productor ejecutivo. (González, 1983:30)

Esta parte, la pre-producción es el punto inmediato a la grabación y transmisión de un programa, a la parte que se le denominaría producción.

2.3.3.2 La producción.

Esta etapa es la más importante, es donde entra en juego otro especialista. El productor ejecutivo es el encargado de administrar el presupuesto del programa, financiamientos y patrocinios, entre otros. (González, 1983:30) El papel que desempeñe un productor ejecutivo debe de ser bien conocido, como se comentaba en el capítulo anterior, tener conocimiento sobre la procuración de recursos y financiamientos es primordial en la producción de televisión.

La parte de producción es donde toda persona del proyecto entra en juego; los iluminadores, los camarógrafos, los personajes (entiéndase actores o conductores), guionistas, switcher, video tape y todas las personas involucradas. (González, 1983:29)

Es evidente que la integración de cada una de esas personas requiere de un gran conocimiento de las diferentes áreas. El conocimiento técnico y manejo de equipo, para todos aquellos dedicados al switcher, cámaras y video tape. El conocimiento de iluminación, para que todo lo de ambientación entre en tiempo y espacio. Los conductores, teniendo un amplio conocimiento cultural, así como un estilo para ordenar las ideas y transmitirlas.

Todas estas áreas son muy importantes para la producción y por los mismo, deben estar cubiertas por personas que sepan y conozcan del tema.

2.3.3.3 La post-producción.

La parte de post-producción es esencial para dar el toque final al proyecto o programa; “es la edición final de un programa, pero implica un cambio absoluto en la manera de concebir un programa, de grabarlo y también de editarlo” (González, 1983:58)

Es donde, los editores entran en juego con las imágenes previamente captadas, o donde el sonidista o musicalizador emplea sus conocimientos para darle la fidelidad necesaria a todo el audio captado. González también se refiere a esta post-producción de un programa en vivo; ya que, ésta es la retroalimentación que se obtiene al finalizar la transmisión del mismo. (:58)

De ahí que se pueda nombrar un proceso importante cuando el proyecto está completamente terminado. Ésta es la etapa de negociación con televisoras o con patrocinadores.

Esta fase, mejor conocida como procuración de recursos y financiamiento, entra en juego cuando un proyecto no ha sido previamente realizado en una televisora, o cuando no fue aceptado con anterioridad por la misma. Aquí es cuando se presenta el producto final, tanto a la televisora como a los posibles patrocinadores; donde finalmente se estima el costo real del programa, así como su mercado meta y los paquetes comercializables para los patrocinadores.

Se ha observado la dificultad que involucra la “Producción de Televisión” y se han nombrado las habilidades y disciplinas que se relacionan con esta actividad. De ahí la importancia que recae en el tener conocimiento de cada una de las áreas, para poder ejecutar una labor específica. Más aún, se observa la necesidad de la especialización y profundización de las disciplinas involucradas con la producción de televisión, para el caso de planear un Taller de Televisión para estudiantes de comunicación.

Hasta el momento, se ha visto lo que es la televisión, sus términos y los procesos que ésta necesita para su ejecución.

Un taller de producción televisiva como método de enseñanza y alternativa para la especialización en la materia, es aquel que podrá llevar los conocimientos académicos y teóricos a la práctica. Por lo tanto, se han visto las características de los métodos de enseñanza, las dimensiones y las funciones que un taller podría abarcar en la preparación del estudiante.

En el tema de “televisión”, se describió en forma simple y sistemática este término; así como también, se habló de sus alcances como medio masivo de comunicación. Todo esto con el fin de entender el impacto y la fuerza que este medio tiene en nuestra sociedad y por lo tanto, considerarlo en la planeación de un taller de televisión. Hasta aquí se ha analizado el proceso de producción, sus fases y etapas; así como también, las personas y las disciplinas que interactúan en esta difícil labor.

Teóricamente se ha abarcado todo lo referente a la planeación de un taller de televisión; pero durante este capítulo, se ha mencionado innumerablemente al estudiante, al individuo con intereses de superarse y de especializarse en la difícil labor de la televisión.

Es así que, en el próximo capítulo se analizará el método a utilizar para identificar al estudiante que pudiera estar interesado en la especialización de producción televisiva, sus expectativas y gustos.