V CONCLUSIONES

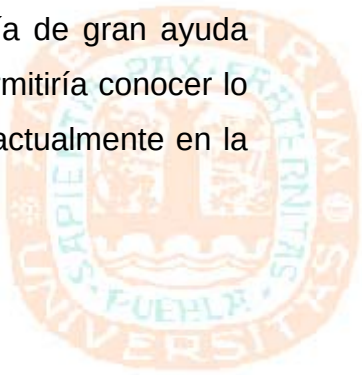
El tema de la “Planeación de un Taller de Televisión” fue sumamente importante desde un punto de vista académico e institucional, así como del futuro profesional del estudiante.

Desde la perspectiva institucional, este tema ayudó a conocer el mercado que existe en la preparación de la producción de televisión dentro de la Universidad de las Américas, Puebla; saber a cuántos estudiantes de comunicación les gustaría especializarse en televisión, e identificar las posibilidades de que este taller se pudiera ofrecer a todos aquellos interesados. De esta forma la institución cubriría la demanda estudiantil, agregando un valor sumamente importante: la práctica y especialización televisiva.

Desde el punto de vista académico, se detectó la necesidad constante del estudiante por estarse especializando y por buscar una serie de herramientas para profundizar en el tema de la Televisión. El estudiante de Ciencias de la Comunicación interesado en la televisión, siempre estará buscando la forma de aprender aún más para desarrollarse en esta difícil labor.

Se vio la importancia de la actualización en la formación universitaria; la cual, debe ser constante, dependiendo del crecimiento académico que se origina en la misma sociedad, o de la demanda que ejercen los estudiantes.

El taller es un método de enseñanza muy importante, porque puede cubrir el estudio teórico y culminar con el aprendizaje a través de la práctica. Un taller de televisión para los estudiantes interesados en la materia, sería de gran ayuda para acercar al alumno a la práctica profesional; ya que, le permitiría conocer lo que pasa en el mundo exterior y la forma en cómo se ejerce actualmente en la televisión.



Todo lo mencionado anteriormente recae en la importancia de haber realizado un estudio de caso mediante entrevistas personales, investigación documental y encuestas; debido a que era necesario identificar por porcentajes representativos ese interés por parte del estudiante, así como las posibles barreras que se podrían encontrar para la ejecución de un taller de televisión.

Asimismo, era importante reconocer si un taller sería la fórmula para cubrir con las expectativas de los estudiantes, ayudándonos a definir el posible contenido de un taller sobre lo que se espera aprender.

La aplicación de un taller de televisión se encuentra dentro de las expectativas de los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de las Américas, Puebla. Ellos están convencidos que para especializarse en televisión se necesita la implementación de este taller televisivo.

Uno de los resultados más importantes se relacionó con la posición que una parte interesante de la muestra mencionó. La importancia de aplicar su experiencia y conocimientos adquiridos en las materias relacionadas con televisión, en el área de un taller. Este entusiasmo del estudiantado se debe considerar para apoyar la formación con otros métodos de enseñanza.

Todo esto, es claro que sucede por un anhelo muy específico que se reflejó durante toda la tesis: la búsqueda por la especialización y la falta de práctica que encuentra el estudiante en la carrera.

Por lo tanto, se ha visto la importancia que tuvo el tema de un taller de televisión; desde un punto de vista académico para satisfacer las inquietudes y demandas de los estudiantes, así como la búsqueda de la institución por ofrecerle a sus alumnos un parámetro más amplio sobre lo que es el mundo profesional.

Por ende, apoyados en los resultados, la alternativa de implementar un taller de televisión es de medular importancia. Lo ideal sería la creación inmediata del mismo; sin embargo, el trabajo de campo también demostró una serie de aspectos que se deben considerar y no solamente la opinión y la inquietud del estudiante.

Punto Uno.

Se nota que la búsqueda por la especialización en la carrera de Ciencias de la Comunicación ha existido desde su creación, como lo vimos en la entrevista con el Dr. José Cisneros. El estudiante ha buscado desde tiempo atrás, una continua especialización según su vocación e intereses, así como las oportunidades de mercado que le pueda ofrecer el mundo laboral.

El perfil actual del estudiante de comunicación en la Universidad de las Américas, Puebla es el de un comunicólogo con una visión estratégica de los problemas sociales de la comunicación, con la capacidad de diagnosticar, analizar y solucionar los problemas con las herramientas necesarias.

Por lo tanto, el estudiante encuentra más formación que una especialización de algún área en común. Entonces, si se habla del deseo de un grupo de estudiantes por especializarse en televisión, también tendría que haber una solución para todos aquellos interesados en especializarse en la producción de radio, periodismo o en la investigación. Por el perfil del egresado, la carrera no tiene como fin especializar al estudiante en televisión; ya que, si así lo fuera, ¿dónde quedaría la especialización de estudiantes interesados en otras disciplinas?.

La solución para este *punto* sobre la especialización, sería que el taller de televisión opere de forma optativa para todos aquellos estudiantes interesados, considerando un apoyo por parte del Departamento de Ciencias de la

Comunicación para que el taller tenga validez curricular. Así, los interesados se comprometerían aún más en participar.

Punto Dos.

Si se habla de un taller optativo, llega la pregunta: ¿y los recursos técnicos?. Ésta es una limitante, la falta de aparatos y cámaras ha sido un problema detectado por el Departamento de Ciencias de la Comunicación desde los inicios de la carrera. No existe suficiente equipo para la cantidad de estudiantes.

Por lo que, de aplicar un taller que se encuentra apoyado por el departamento, se incrementaría ese problema que ha existido durante muchos años. El departamento no se daría a basto con un nuevo método de enseñanza que involucra más recursos para poder operar. Es aquí, donde llegamos a la solución y en coincidencia con el Dr. Cisneros, de ofrecer un taller que opere como proyecto, para que busque sus propios recursos para su elaboración.

Sin embargo, hay que señalar que la necesidad es urgente. Por lo tanto, es indispensable hacer un análisis profundo de la viabilidad y probabilidad de implementar un taller en el corto plazo. Esto da pie a un *punto tres*; sobre el compromiso de la universidad en cuanto a la actualización e innovación en los planes de estudios.

Punto Tres.

Observamos que la actualización en el plan de estudios de una institución de educación superior es evidente. En el caso de la Universidad de las Américas, Puebla, desde la creación de la carrera de Ciencias de la Comunicación a la fecha, han habido cambios muy importantes que se han hecho conforme a la demanda de la sociedad y en específico, a la demanda de los estudiantes. Es ahora, que la demanda de los alumnos de comunicación es aún más evidente por la investigación realizada en esta tesis.

La aplicación de diferentes métodos de enseñanza en la carrera se han visto presentes y son de suma importancia para la disciplina y actualización en un plan de estudios.

Por lo tanto, el departamento no se encontraría cerrado en aplicar un taller de televisión, pero el problema persiste y es que no se puede aplicar en estos momentos, hasta contar con los recursos necesarios para ofrecer este nuevo método de enseñanza y de especialización. Es así, que se retoma la opción del *punto dos:* la aplicación de un taller optativo con las características de un proyecto para que busque sus propios recursos.

Lo que es medular en esta tesis es la participación y el interés de los estudiantes por desarrollarse de una mejor forma en la producción de televisión. Se ha mencionado, la forma en que el estudiante participaría en un taller de televisión y el interés para que este nuevo método se ofrezca dentro de la carrera de comunicación.

Lo más importante, en conjunto con el interés de los estudiantes de especializarse en televisión es, que los interesados tienen muy claro qué es lo que les gustaría aprender en un taller de televisión. Esto ayudaría para saber por qué línea debe operar este método de enseñanza.

En primer lugar está el deseo de una mayor práctica en el tema, considerando la creación de programas de televisión, hasta la ejecución de programas pilotos. En segundo lugar, se encuentra el aprendizaje en la comercialización y publicidad de la televisión y, finalmente, un interés en el aprendizaje de conducción para televisión.

Estos *tres puntos*, en conjunto con lo analizado en la tesis han servido para el proyecto de la creación de un taller de televisión.

El taller que se propone deberá contemplar los siguientes puntos para su ejecución:

1. La creación de una imagen para que el taller opere como proyecto y tenga una atracción por parte del estudiante interesado.
    a. Se ofrecería de forma optativa.
    b. Buscando sus propios recursos económicos y técnicos.
    c. Haciendo alianzas con empresas del medio, como televisoras y casas productoras para contar con su apoyo; tanto técnico como en asesorías. Cubriendo con las deficiencias técnicas con las que cuentan las instalaciones de la carrera de Ciencias de la Comunicación.
2. El taller deberá contemplar un costo, para:
    a. Cubrir las asesorías y los costos por la utilización de su equipo e instalaciones por parte de las televisoras, así como de las casas productoras.
    b. Financiar la papelería.
    c. Cubrir con los recursos básicos de operación.
3. La implementación de la estructura de campo y la forma en cómo operaría considerando el apoyo que ofrecería el Departamento de Ciencias de la Comunicación.
4. La formulación de un plan de estudios a cubrir por el taller, donde se integre el aprendizaje de las materias que se relacionan directamente con la producción de la televisión.
    a. El hecho de que sea un taller de televisión, no implica que todo su desarrollo se ejecutará en el campo de trabajo y con el manejo de aparatos. Ciertos temas se deben cubrir en un trabajo de clase, de ejecución creativa y de desarrollo.

“la creatividad es la experiencia del desenvolvimiento, la cual te lleva a la practicidad”. Rafael Ricárdez

TALLER: PRÁCTICA tv
“una experiencia televisiva”
PERFIL.

JUSTIFICACIÓN DEL NOMBRE:

El nombre “prActicA T.V” resume la inquietud del estudiante por practicar a fondo en la producción de televisión.

JUSTIFICACIÓN DEL ESLOGAN:

La práctica, llevará a los estudiantes a tener una experiencia sobre cómo producir televisión.

“una experiencia televisiva”.

DIRIGIDO A:

A hombres y mujeres de edades indefinidas a partir de que hayan cursado el 6to semestre de comunicación y que estén interesado en la producción televisiva.

OBJETIVO:

Ofrecer de manera optativa a todos los estudiantes interesados en la especialización de la Televisión, una perspectiva amplia de la producción Televisiva y un conocimiento de la operación de este medio en el ámbito profesional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Aplicar el conocimiento y metodología de las materias relacionadas directamente e indirectamente con la televisión, adaptándolas en la creación y formación de programas de televisión.
- Abarcar en cada sesión del taller con metodología aplicada a la práctica.

- El taller buscará siempre estar asesorado por los maestros de la carrera.
- Orientar, mediante la práctica, de los roles de la Pre-producción, Producción y Post-producción de televisión.

POR QUE REALIZAR UN PROYECTO ASÍ:

Porque observamos la inquietud de los estudiantes por especializarse en televisión.

Porque un proyecto es la alternativa para cubrir con los recursos necesarios para su ejecución, debido a la falta de aparatos técnicos dentro de la Carrera. Siendo así, el taller operado como un proyecto en específico podrá buscar patrocinios, alianzas con casas productoras y televisioras, entre otros apoyos.

Porque un proyecto involucraría de mejor forma a los estudiantes interesados, comprometiéndolos sin que decaiga el ánimo durante su ejecución debido a los factores temporales, incentivándolos con un reconocimiento curricular.

ESTRUCTURACIÓN DEL PROYECTO:

Presentación de información y comunicación de objetivos:

- El taller se apoyará de recursos visuales e impresos para comunicar sus objetivos, así como para la presentación de metodología y contenido de los temas.
- Un proyecto manejado con las características de un TALLER, para que todos los estudiantes participen externando sus conocimientos e ideas, de manera que todos aprendan de todos.
- Este taller estará apoyado metodológicamente con las materias que involucran el desarrollo de programas de televisión.

La composición del grupo:

- No mayor a 15 participantes por semestre.

Duración:

- Un semestre con 16 sesiones.

Duración de cada sesión:

- 3 horas una vez a la semana.

Día del taller: El día se fijará en el momento que estén inscritos los participantes para tener un horario accesible para todos los estudiantes.

Recursos materiales: se considera un salón con las siguientes características técnicas: una televisión, radio grabadora, casetera VHS y DVD, pantalla para proyección y proyector de acetatos.

Recurso humano:

- ***Guías***: Se propone que los guías sean personas con experiencia en el tema, considerando los profesores con los que cuenta la carrera.
- ***Asesores***: Se buscará tener el apoyo de asesores externos especializados en los temas a tratar en el taller.

Explicación de conceptos y problemas difíciles:

Debido a que el taller es interactivo y dinámico, cuando se expliquen los objetivos se invitará a los estudiantes a dar su punto de vista sobre los temas tratados.

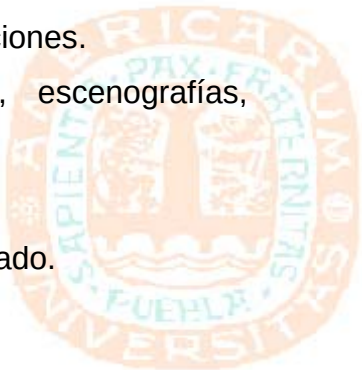
Motivación del estudiante:

- El taller otorgará un reconocimiento de validez curricular al terminar el curso.
- Para una mayor motivación del estudiante, en el taller todos participarán practicando en cada uno de los roles que involucra la preproducción, producción y postproducción.

Estructuración de campo:

- El taller estará dividido en tres fases importantes: la primera será la fase de preproducción, que incluirá metodología y práctica sobre:
  - Análisis de contenidos.
  - Estudio de audiencias mediante investigación cualitativa y cuantitativa.
  - Producción creativa para desarrollar mediante una carpeta un nuevo programa de televisión.
  - Selección del nombre y logotipo del programa a realizar en el taller, mediante fundamentos básicos de semiótica y diseño.

- La segunda fase será la de producción:
  - Estudio sobre los roles que se involucran en la televisión, como: guionistas, diseño, dirección artística, conducción, audio, floor manager, productor, director de cámaras, música e iluminación.
  - Dirección de cámaras, las bases para el manejo de cámaras, considerando encuadres, focos y demás términos fundamentales.
  - Realización de guiones técnicos y literarios.
  - Selección y preparación de conductores.
  - Bases sobre iluminación para estudio y para locaciones.
  - Diseño de imagen, considerando vestuarios, escenografías, gráficos y animaciones para el programa.
  - Costos de producción.
  - Grabaciones del programa piloto finalmente diseñado.



- La tercera fase será la de postproducción, que abarcará:
  - Las bases de para editar el programa grabado.
  - Recapitulación de costos de producción.
  - Estructuración final del programa.

METODOLOGÍA Y CONTENIDO DEL CURSO.

El curso cuenta con 16 semanas, con 3 horas a la semana, para que de esta forma se pueda llegar a su objetivo principal que es producir un programa piloto. El curso se dividirá de la siguiente forma:

PRIMERA FASE PRE-PRODUCCIÓN.

1era SESIÓN.

TEMA: Introducción y explicación del Taller.

TAREA: Un ensayo sobre "cómo está la Televisión en México". Es una opinión personal de los participantes.

2ª SESIÓN.

TEMA: Investigación Cuantitativa.- Su objetivo será hacer un Estudio Estadístico sobre lo que la audiencia de Puebla espera ver en televisión. Veremos el método para desarrollar encuestas y escogeremos las variables adecuadas para el taller.

TAREA: Cada participante hará 20 encuestas de forma aleatoria.

3ª SESIÓN.

ACTIVIDAD: Vaciado de datos**:** Estadísticas y resultados.

TEMA: Interpretación de Encuestas: Mediante los Resultados, interpretaremos lo que la audiencia espera ver en Televisión. Así podremos definir nuestro mercado meta, género y formato.

TAREA: Cada estudiante tendrá que hacer por escrito la estructura de un programa actual de la televisión mexicana. Identificando su duración, mercado meta, género, personajes, características peculiares, entre otros.

4ª SESIÓN

TEMA: Producción Creativa.- Mediante el resultado arrojado en la investigación, se hará una lluvia de ideas para crear un programa de televisión competente a nuestros resultados

Realización de Carpeta.- Con las ideas arrojadas en la tercera sesión, se mostrará cómo se debe de realizar la carpeta del programa, la cual describe las características específicas del programa, que son: objetivos, mercado meta, mercado secundario, el porqué del programa, características de transmisión, estructuración del programa, contenido del Programa y descripción de secciones (si es que las tiene).

5ª SESIÓN.

TEMA: Diseño de Imagen.- Teniendo muy claras las características del programa, diseñaremos el logotipo, nombre e imagen del programa. Consideraremos las bases metodológicas, para poder tener una penetración y atracción del Mercado.

Consideraremos muy importante el asesoramiento de estudiantes de diseño para involucrar a más personas de la institución.

TAREA: Cada estudiante tendrá que desarrollar un boceto como propuesta del logotipo y nombre del programa.

6ª SESIÓN.

TEMA: Selección de Nombre y Logotipo.- Con las propuestas de la tarea seleccionaremos el nombre y logotipo que sea más adecuado. Su selección se realizará en base a los fundamentos del diseño y de la semiótica, para que éste tenga una penetración en el mercado.

SEGUDNA FASE PRODUCCIÓN.

7ª SESIÓN

TEMA: **Preproducción, Producción y Postproducción**.- Se definirá el papel de cada uno de los participantes en la Grabación de un programa de televisión, como: guionista, diseño, dirección artística, conducción, audio, floor manager, switcher, apuntador, productor, música, iluminación, director de Cámaras.

8ª SESIÓN

TEMA: **Dirección de Cámaras**.- En este punto abarcaremos todo lo que involucra el manejo de cámaras, las tomas, los movimientos, los encuadres. Practicaremos con cámaras.

TAREA: Desarrollar un guión técnico tomando en cuenta los encuadres y movimientos de cámaras que se quieran manejar en el programa.

9ª SESIÓN

TEMA: Guión.- Mostraremos las bases para diseñar un guión técnico y literario siguiendo y respetando las bases del programa ya creado.

TAREA: Cada estudiante tendrá que desarrollar un guión literario para el programa, introduciendo sus ideas y su creatividad.

10ª SESIÓN

TEMA: **Conducción**.- Todos los participantes aprenderán ciertas bases para hablar frente a cámara, manejando la dicción, la entonación y la fluidez. Este punto se vinculará con el Manejo de cámaras y haremos ejercicios con los guiones técnicos y literarios realizados en la tarea.

11ª SESIÓN.

TEMA: Diseño Escenográfico e Iluminación.- Se estudiará la forma para crear una escenografía e iluminación apta para el programa.

TAREA: Cada estudiante deberá diseñar un boceto de ideas para una escenografía e iluminación que crean correspondientes para el programa.

12ª SESIÓN.

TEMA: Costos de Producción.- Se realizará un presupuesto sobre los costos de producción, donde los participantes podrán conocer y definir el costo del programa piloto a realizar.

JUNTA DE PRODUCCIÓN: Teniendo en cuenta los roles de cada participante, se hará una Junta de Producción para planear la grabación del piloto.

Se delegarán responsabilidades de acuerdo al papel de cada participante: lugares de grabación, temas, entrevistas, pulir el guión, conseguir la escenografía, conseguir el equipo técnico, preparar material de apoyo, entre otras cosas.

TAREA: Desarrollar sus Responsabilidades.

TERCERA FASE POST-PRODUCCIÓN.

13ª SESIÓN.

TEMA: **Edición**.- Se aprenderán las bases para post-producir el material levantado del programa, de manera que podamos darle forma y contenido al programa, todo mediante una edición ágil y atractiva.

SEGUNDA JUNTA DE PRODUCCIÓN: Estudio de los recursos obtenidos, así como el material técnico y literario para el desarrollo del piloto.

13ª SESIÓN A LA 15ª SESIÓN.

GRABACIÓN DEL PILOTO.- Se grabarán las inserciones del programa como son: entrevistas y reportajes de Locación (si es que las tiene)

En la semana, los editores empiezan a editar el material levantado.

Se grabará la conducción principal y guía del programa, ya sea en estudio o locación, dependiendo cómo haya sido creado el programa.

En la semana se terminará de editar el programa.

Inserción de música, efectos especiales y animación. Este tema se abarcará si es necesario, dependiendo de la agilidad y calidad del piloto.

16ª SESIÓN.

MUESTRA DEL PROGRAMA PILOTO REALIZADO.

TEMA: Haremos una comparación de la calidad del contenido de nuestro programa, con los programas que se transmiten actualmente en la ciudad de Puebla.

OPTATIVA.- El punto de Comercialización y Negociación del Programa será optativo, de manera que los estudiantes que quieran conocer de este tema participen en fechas posteriores en su realización :

Comercialización y Negociación.- Contando con el piloto del programa listo, se mostrarán las bases para comercializarlo con patrocinadores y las posibles negociaciones con canales locales para su transmisión. Este punto abarcará:

- Desarrollo de carpeta para patrocinadores
- Desarrollo de Espacios de Comercialización dentro del programa, como: Menciones, Cortinillas de Entrada y Salida, Presencia de Imagen, Imagen Estática, Cintillos, entre otros.
- Costos de tiempo aire y comercialización.
- Costos de producción.

- Formas de negociación para su transmisión en el canal.
- Desarrollo de campañas publicitarias del programa.

Patentes y derechos reservados.- A los estudiantes interesados se les dará una plática sobre las patentes, marcas y derechos reservados.

NOTA: El fin del Taller es el de realizar un programa piloto, por lo tanto no se compromete a que este programa salga al aire o se comercialice.

- Se ofrecerá a los estudiantes del curso que quieran aprender de la comercialización, que participen.

FACTORES TEMPORALES.- El participante deberá considerar un trabajo extra fuera de los horarios de clase y de las sesiones para cubrir con los objetivos del grupo.

MATERIAL METODOLÓGICO.

Los guías del taller serán los responsables de estar en contacto con los profesores de la carrera para que los orienten sobre el material metodológico que se podrá usar como apoyo para el desarrollo de cada tema.

COSTO DEL TALLER:

Este taller tendrá un costo de inscripción para los estudiantes, con la siguiente finalidad:

Para que el taller opere con sus propios recursos.

Subsidiar los costos y pagos de asesores externos.

Subsidiar la renta o el costo que pueda generar el apoyo técnico por parte de las televisoras o casas productoras.

*El proceso de financiamiento se realiza en la fase de desarrollo a partir del momento en que éste sea estudiado, aceptado y avalado por las autoridades correspondientes para que éste se lleve acabo.

REQUERIMIENTOS Y NECESIDADES.

Una de las peticiones más importantes es el apoyo incondicional de la Universidad de las Américas, así como del Departamento de Ciencias de la Comunicación, y la Mesa Directiva de la Carrera de Comunicación en curso.

Una continuidad de este proyecto, para la búsqueda de procuración de recursos, así como del apoyo de las televisoras y casas productoras. Con el fin de poder contar con el equipo necesario y con las asesorías indicadas.

Unión de trabajo con las autoridades correspondientes para estudiar las necesidades reales para la ejecución de un taller de televisión y por lo tanto llevarlo al proceso de realización.

PRACTICA TV
“UNA EXPERIENCIA TELEVISIVA”

Rafael Ricárdez Martínez
Responsable del proyecto.
I. D. 109824
Ciencias de la Comunicación.