



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
PERIODISTA**

**TEMA: LAS FIGURAS MEDIÁTICAS Y LAS OPORTUNIDADES DE
TRABAJO EN LOS MEDIOS TELEVISIVOS.**

Tutor:

MSC. JOSÉ LUIS FÉREZ VERGARA

Autores:

**MARÍA GABRIELA FLORENCIA LÓPEZ
ALLISSON GIOMARA DABAS BARRERA**

Guayaquil, 2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Las señoritas, María Gabriela Florencia López Y Allisson Giomara Dabas Barrera declaramos bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de analizar por qué las figuras mediáticas tienen más oportunidades de trabajo en los medios televisivos.

Autores:

María Gabriela Florencia López

C.I. 0930634753

Allisson Giomara Dabas Barrera

C.I. 0927069450

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Directora de la Carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: “Las figuras mediáticas y las oportunidades de trabajo en los medios televisivos”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

PERIODISTA

Presentado por las egresadas: María Gabriela Florencia López
Allisson Giomara Dabas Barrera

Msc. José Luis Férrez Vergara

Tutor



Urkund Analysis Result

Analysed Document: PROYECTO DE INVESTIGACION TESIS ul.doc (D18975465)
Submitted: 2016-03-29 18:51:00
Submitted By: a.dabas@hotmail.com
Significance: 2 %

Sources included in the report:

ENCUESTAS.docx (D13097295)

http://mireyavasquez.blogspot.com/2011/08/trabajo-de-investigacion-tercera-parte_31.html

<https://sites.google.com/site/9oscar2/4-gestion-de-la-informacion-para-la-investigacion-documental>

<http://www.pnuma.org/english/ozone/Documentos/CNeutralityCARnet%20-%20Marco%20Pinzon.ppt>

<https://nicolaspolo.wordpress.com/2014/08/16/organizacion-de-una-estacion-de-television/>

<http://myslide.es/documents/funcionesdelaproduccion.html>

<http://karladomm.blogspot.com/>

http://unstats.un.org/unsd/gender/Ghana_Jan2009/ppt47.ppt

Instances where selected sources appear:

8



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia,
Tecnología e Innovación

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO:

INCIDENCIA DE LOS CONDUCTORES MEDIÁTICOS EN LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE RTS Y CANAL UNO EN GUAYAQUIL.

AUTOR/ES: MARÍA GABRIELA FLORENCIA
LÓPEZ

ALLISSON GIOMARA DABAS BARRERA

REVISORES: MSC. JOSÉ LUIS FÉREZ VERGARA

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL

FACULTAD:

CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS: 81 PÁGINAS

ÁREAS TEMÁTICAS:

PALABRAS CLAVE:

FIGURAS MEDIÁTICAS, PERIODISTAS, REALITY SHOW, ESTUDIANTES, UNIVERSIDADES, TELEVISIÓN.

RESUMEN:

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad analizar si en la actualidad las figuras mediáticas y personajes famosos tienen más oportunidades de laborar en un medio de comunicación televisivo que los periodistas, haciendo referencia a los dos canales audiovisuales que son RTS Y CANAL UNO. Para esto, se realizaron entrevistas a productores y expertos sobre el tema, al igual que varias encuestas a los estudiantes de dos universidades particulares como son: la Universidad Politécnica Salesiana y la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, ambas ubicadas en la ciudad de Guayaquil. La información que

<p>pudimos obtener en el transcurso de la investigación fue de gran ayuda para la realización de este proyecto, porque se constató que para ser presentador de televisión se debe participar en un reality show o realizar algún tipo de escándalo o polémica. Dentro de los datos obtenidos, se analizó que en la actualidad el ser carismático, tener alguna habilidad en las pantallas de televisión y generar polémicas, despiertan la atención del público y a su vez aumenta el rating en cada uno de los programas. También se comprobó el descontento de los estudiantes de Periodismo que aspiran ingresar a la televisión, porque sienten que hay mucha competencia dentro de este campo comunicacional y que actualmente y en muchas ocasiones se le brinda más espacio a los personajes mediáticos quienes no tienen una preparación previa o un título académico en la rama de la comunicación social y periodismo.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):	<input checked="" type="checkbox"/>	
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: MARÍA GABRIELA FLORENCIA LÓPEZ ALLISSON GIOMARA DABAS BARRERA	Teléfono: 0988199941 0982461455	E-mail: a.dabas@hotmail.com gabrielaflorencialopez@gmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MSC. WASHINGTON VILLAVICENCIO SANTILLAN DECANO. MSC. AMALIA GABINO NEVAREZ PERIODISMO	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR DE PERIODISMO 251	
	E-mail: wvillavicencios@ulvr.edu.ec agabinon@ulvr.edu.ec	

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme guiado y ser mi fortaleza a lo largo de esta carrera y sobre todo por ser mi sustento en los momentos más difíciles.

Agradezco a mis padres Wilton Florencia y Jessica López por brindarme una excelente educación, y por inculcarme los valores de responsabilidad, honestidad, respeto y por la confianza que depositaron en mí en todo momento. Le agradezco a mis hermanos, en especial a mi hermano Luis Florencia por su paciencia y apoyo para culminar esta carrera.

Le doy gracias a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por abrirme las puertas y dar la oportunidad de realizar mis estudios superiores y formarme como profesional. De igual manera Agradezco a mis profesores por compartir todos sus conocimientos, por orientarme y enseñarme los valores éticos que se deben aplicar en el periodismo.

Le agradezco a Fernando Pérez por su amor incondicional, consejos y motivación para seguir adelante y no desfallecer en cada dificultad que se presentaba en la elaboración de este proyecto.

Y a mi compañera de proyecto Allison Dabas por su amistad y ayuda que fue de mucha importancia para la culminación del proyecto y poder alcanzar nuestra meta de ser Periodistas.

María G. Florencia López

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la sabiduría, fuerza y fortaleza para culminar mi etapa universitaria.

A mi madre Nelly Barrera Vallejo, por apoyarme en todo los momentos de mi vida, con su amor infinito supo guiarme y ayudarme con los recursos necesarios para terminar mis estudios, a mi hermana Tannia Dabas Barrera, por sus consejos y por entenderme en todo momento.

A mis sobrinitos porque espero ser para ustedes un ejemplo a seguir.

También doy gracias a mi padre Edison Dabas y a toda mi familia pues me han dado todo lo que soy como persona, mi carácter, mi perseverancia y mi coraje para luchar por mis objetivos.

A mi morita por haberme apoyado en las buenas y en las malas, por la paciencia, por el amor incondicional que tiene para mí, por el aguante y sobre todo por hacer de su familia una familia para mí.

A mi compañera Gabriela Florencia por haber sido una excelente compañera del proyecto y amiga, y por motivarme a seguir adelante en los momentos de desesperación.

A mis profesores por haber compartido conmigo sus conocimientos, experiencias y por darme la oportunidad de crecer profesionalmente y aprender cosas nuevas.

A mis Velos y mi Jasper porque a pesar del tiempo y la distancia aún siento que puedo contar con ustedes, a mis chicuelas Diana y Andrea por siempre buscar la manera de tenerme de buenas, por escucharme, entenderme y aconsejarme.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida, a las que me encantaría agradecer su amistad, consejos, apoyo, tiempo, hombros, ánimo y compañía en los momentos buenos y malos de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí y por todo lo que me han brindado.

Allisson G. Dabas Barrera

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación se lo dedico a Dios por darme salud y ser mi fortaleza en todo momento. Les dedico de manera especial a mis padres por el esfuerzo que hicieron para darme una buena educación, por el apoyo incondicional que me brindaron en todo momento, por su paciencia, amor, confianza y ánimo que fueron de mucha importancia para poder finalizar esta etapa de mi vida como profesional.

Y les dedico a todas las personas que de alguna manera hicieron que fuera posible mi formación como profesional y por el apoyo que me brindaron en todos los años de estudio.

María G. Florencia López

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios quien me ha dado todo en la vida, todo lo que tengo y soy se lo debo a Él, pues es mi pilar fundamental en los momentos difíciles.

A mi madre que ha tenido el coraje y la fuerza para salir adelante y a pesar de todas las dificultades ha podido apoyarme, comprenderme y amarme, espero que se sienta orgullosa de mí.

Y a todos los que han hecho posible que este proyecto se pueda realizar.

Allisson G. Dabas Barrera

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como finalidad analizar si en la actualidad las figuras mediáticas y personajes famosos tienen más oportunidades de laborar en un medio de comunicación televisivo que los periodistas, haciendo referencia a los dos canales audiovisuales que son RTS Y CANAL UNO. Para esto, se realizaron entrevistas a productores y expertos sobre el tema, al igual que varias encuestas a los estudiantes de dos universidades particulares como son: la Universidad Politécnica Salesiana y la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, ambas ubicadas en la ciudad de Guayaquil. La información que pudimos obtener en el transcurso de la investigación fue de gran ayuda para la realización de este proyecto, porque se constató que para ser presentador de televisión se debe participar en un reality show o realizar algún tipo de escándalo o polémica. Dentro de los datos obtenidos, se analizó que en la actualidad el ser carismático, tener alguna habilidad en las pantallas de televisión y generar polémicas, despiertan la atención del público y a su vez aumenta el rating en cada uno de los programas. También se comprobó el descontento de los estudiantes de Periodismo que aspiran ingresar a la televisión, porque sienten que hay mucha competencia dentro de este campo comunicacional y que actualmente y en muchas ocasiones se le brinda más espacio a los personajes mediáticos quienes no tienen una preparación previa o un título académico en la rama de la comunicación social y periodismo.

ABSTRACT

This research project aims to analysis whether today's media figures and celebrities have a better chance of working in a Media Television journalists, referring to the two audiovisual channels are RTS AND CHANNEL ONE. For this, interviews were conducted with producers and experts on the subject, as well as several surveys students from two private universities such as: the Salesian Polytechnic University and Vicente Rocafuerte Lay University, both located in the city of Guayaquil. The information we obtained in the course of the investigation was a great help for the realization of this project because it was found that to be a television presenter must participate in a reality show or do some kind of scandal or controversy. Among the data obtained it was analyzed that currently being charismatic, having some skill in television screens and generate controversy, arouse public attention and in turn increases the rating for each of the programs. Discontent journalism students who aspire to enter the television was also found, because they feel that there is much competition in this communication field and now and often it gives provides more space for media personalities who have no preparation previous or a degree in the field of social communication and journalism.

INDICE

PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	II
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	III
AGRADECIMIENTO.....	VII
AGRADECIMIENTO.....	VIII
DEDICATORIA	X
DEDICATORIA	XI
RESUMEN	XII
ABTRACT.....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I	3
TEMA DE TITULACIÓN.....	3
TÍTULO.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	4
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
OBJETIVO GENERAL	5
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	5
DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	8
VARIABLES	8
CAPÍTULO II.....	9
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	9
MARCO TEÓRICO	9
LA TELEVISIÓN EN ECUADOR.....	9
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	11
EL ÁREA TÉCNICA SE COMPONE DE LA SIGUIENTE MANERA:	12

FASES EN LA ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA TELEVISIÓN	12
PROGRAMACIÓN TELEVISIVA	14
PROGRAMACIÓN EN ECUADOR	15
LOS REALITY SHOWS	16
REALITY SHOWS EN ECUADOR	18
MEDIÁTICOS	19
LOS MEDIÁTICOS EN ECUADOR	20
FUNDAMENTACIÓN COMUNICATIVA	20
FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA	22
FUNDAMENTACIÓN SOCIOLÓGICA	23
FUNDAMENTACIÓN LEGAL	24
MARCO REFERENCIAL	26
ANTECEDENTES DE LA TELEVISIÓN	26
MARCO CONCEPTUAL	27
CAPITULO III	32
MARCO METODOLÓGICO	32
ANÁLISIS DOCUMENTAL:	32
ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	32
TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN	33
POBLACIÓN Y MUESTRA	34
MUESTRA	34
ENCUESTAS	36
ENTREVISTAS	52
ENTREVISTA A PRODUCTORES	55
CONCLUSIÓN	57
RECOMENDACIÓN	59
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	63

INTRODUCCIÓN

Las figuras mediáticas son personajes que surgieron a partir de los realitys shows o programas concursos con la finalidad de entretener al público. Uno de los primeros programas en que aparecieron estos personajes es en el programa 'Gran Hermano' que se transmitía en los Estados Unidos, donde los personajes convivían en una casa y el público conocía un poco más sobre la vida de cada uno de ellos. Con el paso del tiempo este formato de entretenimiento obtuvo mucha popularidad en varios países incluyendo el Ecuador en donde también se transmitió este programa a través del canal televisivo Ecuavisa. Luego en el Ecuador se realizó un reality de canto llamado 'Popstars' que tenía como objetivo formar una banda musical al estilo pop, este programa que se transmitía en Telemazonas tuvo mucha acogida en el país y gracias a eso empezaron a surgir nuevos programas de entretenimiento.

En la actualidad varios canales en el país transmiten programas de reality show como Combate, BLN la competencia y de farándula como Faranduleros S.A, Vamos Con Todo, donde algunos de los presentadores de dichos programas son personajes mediáticos que se han hecho famosos por escándalos, polémicas o por su carisma. Algunos no han tenido una preparación previa de la carrera de periodismo, dejando de lado o restando oportunidad a licenciados en comunicación.

Por esa razón este trabajo busca analizar, por qué los medios conceden fácilmente a las figuras mediáticas un espacio en la televisión, a pesar de que algunos no posean una preparación previa y si esto influye al momento de incrementar los índices de audiencia.

Capítulo 1.- En el primer capítulo se planteará el problema en el cual se analizará por qué estas figuras mediáticas ocupan el puesto de presentadores de televisión a pesar de no tener una preparación previa. También se establecerán los objetivos generales y específicos que buscan conocer que factores inciden en que estas personas puedan desempeñar el rol de presentadores. En este capítulo se formula la justificación e hipótesis sobre este tema investigativo.

Capítulo 2.- Aquí se establecerá un marco teórico, donde se verifican los antecedentes del tema de investigación como: de donde surgieron estas personas y cómo ha evolucionado la televisión en el Ecuador. También se realizará el marco referencial, conceptual y las fundamentaciones del tema el aspecto legal, comunicativo, psicológico y sociológico.

Capítulo 3.- En este último capítulo se desarrolla la metodología de la investigación, su enfoque y modalidad. Se presenta la selección muestral a la que se aplicaron las técnicas de entrevista, encuesta, etc.

Asimismo se ofrece la tabulación de los resultados, su respectivo análisis e interpretación, al igual que de las entrevistas. Y por último se presentan las conclusiones, recomendación, bibliografía y anexos del tema.

CAPITULO I

TEMA DE TITULACIÓN

Las figuras mediáticas y las oportunidades de trabajo en los medios televisivos.

TÍTULO

Incidencia de los conductores mediáticos en los programas televisivos de RTS y Canal Uno en Guayaquil.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad es visible que los canales de televisión de Guayaquil tienen muchos conductores mediáticos, que no han tenido una preparación previa de la carrera de periodismo.

Este término (mediático) es muy frecuente para nombrar a ciertos personajes que alcanzan la popularidad en los medios de comunicación, por sus escándalos y polémicas, pero que no se destacan por su talento artístico.

En el país muchos de estos personajes mediáticos, hacen shows en torno a su vida personal y escándalos, con la finalidad de llamar la atención del público.

Esto les brinda la posibilidad de conseguir su propio espacio en la televisión, quitándoles oportunidad a las personas que se preparan en la carrera de comunicación social o periodismo, ya que en la ciudad de Guayaquil los periodistas que aspiran ejercer en los medios de comunicación se enfrentan al reto de encontrar un trabajo en pocos espacios de medios televisivos y en consecuencia, con una reducida oferta laboral.

Por esa razón lo que se busca es determinar, quiénes son los responsables de que estas personas estén en los canales de televisión, si es el público o los productores y directores de programas en su interés por generar más ingresos al canal en que laboran.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Por qué los conductores mediáticos tienen más oportunidades de trabajo en los medios televisivos?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- **¿Cuál es la razón de que la sociedad acepta a los conductores mediáticos?**
- **¿Cómo afecta la presencia de las figuras mediáticas que trabajan en los medios televisivos, a los profesionales de comunicación?**

Desde las observaciones empíricas de las autoras estos cuestionamientos acerca del problema que trata esta investigación, pudieran tener sus respuestas en que, entre las principales razones por las que la sociedad acepta los conductores mediáticos, se encuentra que estos personajes que aparecen en reality shows presentando sus problemas o en ocasiones por su carisma, consiguen que el público se identifique con ellos y de esta manera tengan una aceptación por parte de la sociedad.

De ello se desprende la afectación que producen estas figuras mediáticas, ya que se hacen conocidas al protagonizar los reality shows, escándalos o por su carisma, pasando a ser presentadores en programas televisivos que realizan un trabajo de manera empírica, por lo tanto ocupan plazas de trabajos destinadas a profesionales de periodismo, quienes están amparados en la Ley Orgánica de Comunicación, donde se menciona en el artículo 42 que "Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de

comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación...”

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Analizar por qué los conductores mediáticos tienen más oportunidades en los programas televisivos de RTS y Canal Uno de Guayaquil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el perfil profesional de los conductores mediáticos de farándula de programas televisivos en Guayaquil.
- Determinar qué factores inciden para que los conductores mediáticos de farándula tengan mayor apertura en la Televisión que los periodistas titulados.
- Analizar si los programas de farándula cumplen con la Ley de Comunicación en la contratación de su personal.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El tema de investigación surge a partir de la necesidad de conocer si las figuras mediáticas (las personas que aparecen en reality shows y programas concursos) tienen un espacio asegurado en los medios televisivos, como es el caso de Eduardo Andrade presentador del programa “BLN La Competencia” de Canal Uno quién obtuvo fama luego de salir del programa concurso “Combate” transmitido por RTS de la ciudad de Guayaquil.

Esta problemática se ha evidenciado anteriormente en el Ecuador, debido a la tendencia de proponer personas mediáticas como presentadores de televisión, ya sea por su carisma, simpatía o gran acogida que reciben del público. Estos personajes al no ser profesionales y al no tener el conocimiento de un periodista, en muchas ocasiones emiten comentarios fuera de contexto, pese a que la Constitución del Ecuador en la sección tercera Comunicación e Información en el artículo 19 señala que “La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.”

La popularidad de estas figuras mediáticas favorece a los medios de comunicación, ya que ganan más rating, pero reducen la oferta laboral a las personas que estudiaron periodismo. Incluso está establecido en la Ley Orgánica de Comunicación en el artículo 42 que para trabajar en un medio de comunicación se debe tener un título universitario, “Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.” De estas regulaciones se deriva, precisamente, la pertinencia de haber trabajado esta temática en el marco de este proyecto investigativo.

Incluso en el aspecto político se ha evidenciado, que los diferentes partidos buscan ganar las elecciones a través de personajes famosos, para obtener más votos al momento de las elecciones como es el caso del actor Mario Cabezas (exintegrante de Vivos), Mercedes Pacheco de PSP, Claudia Camposano (Rosita, la taxista) del PRE y Carlos José Matamoros

del Prian (animador de Vamos con Todo y Combate), quienes eran candidatos a asambleístas en el año 2013.

Esta investigación pretende concienciar a los productores y a los jefes de talento humano, quienes son los encargados de contratar a las personas que trabajan en la pantalla chica y en muchos casos les brindan más oportunidades a las personas ya conocidas por el público y dejan de lado a licenciados en periodismo quienes se preparan durante cuatro años, en donde aprenden lo esencial para ejercer la carrera.

Estos sucesos pueden traer como consecuencia que con el tiempo esta medida o fenómeno de contratar personajes mediáticos y no a licenciados por méritos, sea adoptada por todos los canales y programas de televisión. Este proyecto busca determinar a través de entrevistas a productores y jefes de recursos humanos de los canales de televisión, qué cantidad de personajes mediáticos ocupan estos espacios, cuáles son los requisitos y en qué lineamientos se basan para contratar a personas y colocarlas en el puesto de anchor.

También se realizarán encuestas a todos los estudiantes de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y entrevistas a los ex estudiantes, para determinar cómo influye la presencia de los personajes mediáticos en la televisión ecuatoriana, en la poca oferta laboral en este campo profesional.

Por esa razón como posible resultado científico o solución a esta problemática, se recomienda crear una campaña a favor de la defensa de los derechos de los comunicadores sociales, con la finalidad de respetar el esfuerzo que realizan día a día los estudiantes de periodismo.

DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación es para conocer por qué estas figuras mediáticas tienen espacios como conductores en los programas de televisión de Guayaquil. Por lo tanto se realizarán entrevistas a los productores y jefes de recursos humanos de los canales de Guayaquil RTS y Canal Uno en el último trimestre del año 2015.

HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

La presencia de las figuras mediáticas influyen en las pocas oportunidades laborales que tienen los periodistas en los medios televisivos.

VARIABLES

VARIABLE DEPENDIENTE	VARIABLE INDEPENDIENTE
Figuras mediáticas	Oportunidades laborales que tienen en los medios televisivos.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

MARCO TEÓRICO

La televisión en Ecuador

En 1954 en las bodegas de General Electric en Syracuse, New York el Ing. Hartwell de nacionalidad estadounidense encontró una televisión en mal estado, la cual reparó en el garaje de su casa y cinco años más tarde después de hacerle todos los arreglos decide donar los equipos al grupo de misión Evangélica radicada en el Ecuador. Este grupo religioso trasladó los equipos a una feria en el colegio Americano de Quito para que el público ecuatoriano conociera la televisión.

Según el libro “La primera pantalla: Crónica del nacimiento de la televisión en el Ecuador” del escritor portovejense Fernando Macías Pinargote, narra que en ese mismo tiempo el alemán Rosenbaum y su esposa Linda Zambrano originaria de Bahía de Caráquez, provincia de Manabí, también trajeron la televisión al Ecuador. Esta pareja de esposos mientras realizaban un viaje al continente europeo, obtuvieron unos equipos televisivos y los trasladaron al país para repararlos en la capital pero no consiguieron ayuda de nadie.

Luego llegaron a Guayaquil para obtener alguna respuesta positiva, y justo en aquella época durante el gobierno del entonces presidente Camilo Ponce Enríquez, se realizó un decreto y reglamento elaborado por el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, en el que se permitió la instalación de las productoras de televisión y fueron consideradas como un sistema de telecomunicaciones para la transmisión de imágenes.

Gracias a ese reglamento y a la ayuda de sus familiares fundaron Canal 4 (Red Telesistema y actualmente RTS). El Canal fue inaugurado oficialmente el lunes 12 de diciembre de 1960 y las primeras transmisiones las realizaron en circuito cerrado, con ayuda de sus parientes, uno de ellos era Vicente Bowen Centeno quien es el primer camarógrafo del Ecuador. También la señora Linda Zambrano recibió un documento histórico de parte del Ministro de Obras Públicas Sixto Duran Ballén a través del cual ella oficialmente se convertía en la primera concesionaria de un canal de TV en el Ecuador.

Con esta iniciativa, se empiezan a crear nuevas estaciones y en 1967 se funda por Xavier Alvarado Roca uno de los canales de señal abierta, Ecuavisa que se instaló en el Cerro del Carmen, por ser un zona valiosa para obtener mejor cobertura.

Con el pasar del tiempo se ingresaron más equipamientos e importaron los primeros televisores marca Emerson para que los televidentes puedan adquirir estos aparatos electrónicos a bajo precio.

En 1974 la estación Teleamazonas fundada por Antonio Granda Centeno fue uno de los pioneros en transmitir un Campeonato Nacional de Fútbol y programas a color posteriormente lo hizo Ecuavisa, Canal 8 y Canal 10. Y es así como este medio de comunicación empezó a tener gran acogida e influencia en el territorio ecuatoriano

Tiempo después, el exbanquero Fernando Aspiazu expropietario del Banco del Progreso funda en Guayaquil SíTv (Sistema Integral de Televisión, actualmente Canal Uno), el canal no duraría mucho pues luego de la quiebra del Banco, se puso a la venta.

En el año de 1993 el empresario Juan Eljuri crea en Cuenca ETV Telerama, con un contenido educativo, innovador y cultural, años más tarde la cadena de origen cuencano llega a la urbe porteña y con ella la inauguración de sus estudios en la ciudad.

Otro de los canales que decidieron innovar fue Telecentro, hoy conocido como TC Televisión enfatizando una imagen joven, alegre, dinámica, divertida y con una programación orientada a las clases sociales populares. En 1995 TC Televisión construye sus nuevas instalaciones en la avenida las Américas frente al aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

Es así como los inicios televisivos en nuestro país surgen en medios privados y recién en 2007 aparece la televisión pública. El primer canal del Estado fue EcuadorTV que inició su transmisión el 30 de noviembre del 2007 en la presidencia del economista Rafael Correa Delgado, para poder transmitir la instalación de la Asamblea Constituyente desde Ciudad Alfaro en Montecristi, Manabí. Desde sus inicios Ecuador TV se identificó por ser uno de los canales con tecnología avanzada y transmisiones vía satélite y online a través de internet.

Producción audiovisual

Cuando se pretende crear un programa televisivo, es necesario tomar en cuenta que la producción es la que se encarga de realizarlo, junto a su equipo de trabajo que se dividen en: Productor ejecutivo; diseñador audiovisual; asesor de contenido; pedagogo; guionista; productor; asistente de producción; director de cámaras ó realizador; asistente de dirección ó realización; director de escena; continuista o raccord; floor manager.

El área técnica se compone de la siguiente manera:

Responsable del área técnica; switcher; camarógrafo; operador de audio; microfonista; iluminador; operador del control de video; operador de efectos; digitales de video; operador del titulador o generador de caracteres; montadores y pintores; utilero; operador de video-tape; escenógrafo; diseñador gráfico; maquillista y vestuario.

FASES EN LA ELABORACIÓN DE UN PROGRAMA TELEVISIÓN

Para crear un programa televisivo es necesario tomar en cuenta las etapas de producción:

- Pre-producción
- Producción
- Post-producción

Pre-producción: Es la etapa previa a la realización de los programas, es decir desde la creación de la idea, hasta el primer día de grabación, es considerada una de las partes más complejas y consta de las siguientes partes:

Creación y corrección del guion; contratación del personal de producción; juntas con todo el equipo de producción; creación del plan de producción; plan del presupuesto; creación del story board o story line; lectura del libreto con los actores y equipo de producción; renta del equipo necesario; solicitud de permisos a instituciones públicas o privadas. casting o audición para los talentos; contratación de talentos; contratación de servicios a producción; scouting o búsqueda de locaciones; apartado de equipo de edición y salas de post producción; renta de vehículos; reservación de hoteles; renta de cualquier utilería necesaria; renta o compra del sistema de comunicación walkie-talkies.

Juntas y reuniones antes de la producción; realizar ensayos; realizar y entregar mapas de las locaciones. Entregar libretos y llamados a todos los implicados en el programa (talentos, técnicos, productores, servicios a producción).

Para que todo salga a la perfección al momento de realizar un programa es necesario llevar a cabo todos los pasos mencionados, con una buena preproducción se garantiza una excelente producción.

Producción: Se ponen en prácticas todas las ideas y planes realizados en la preproducción, es decir la grabación, en esta etapa se agregan:

Cámara, iluminación, audio, servicios a la producción, elenco, voces de mando, ensayo en frío, ensayo con cámaras, grabación.

Esta etapa de producción finaliza con la filmación de todas las tomas necesarias, hasta grabar el programa entero.

Post Producción: Es la fase final, una vez que se hayan realizado todas las tomas necesarias en la producción, se elijarán cuáles fueron las mejores, luego se las editará, se incluirá la musicalización, los efectos digitales, la voz en off, y un sin número de modificaciones que el productor y director decidan, esta etapa se desarrolla de la siguiente manera:

Calificación del material grabado, lista de créditos, edición, efectos digitales, créditos y títulos al video, grabación de locutor en off contra imagen o en frío, grabación de incidentales, musicalización, regrabación de audio para mezclar todos los sonidos, etiquetar el videocasete con los datos del programa, realizar las copias necesarias, enviar a control de calidad, entregar el master para su transmisión.

De esta etapa depende que el programa sea un éxito, pues si esta etapa es mala, no habrá servido de nada que las anteriores sean muy buenas.

Programación televisiva

Se refiere al conjunto de emisiones transmitidas habitualmente por la televisión, los programas tienen que ver con la cultura y las costumbres sociales de los ciudadanos de los diferentes países y se pueden dividir en géneros televisivos como son:

Informativos

- Flash informativo y avances informativos
- Telediario: Programa informativo por excelencia, ocupa la franja más importante y aunque son caros de producir, llevan el peso de la credibilidad e imagen de una cadena.
- Ediciones especiales: eventos deportivos, políticos (elecciones), etc.
- Opinión: Mesa redonda, debates, etc.
- Reportajes de actualidad: Informe Semanal y en portada.
- Entrevistas a personajes de interés social, cultural, político, etc.
- El tiempo / Deportes: Secciones clave dentro de un Telediario, hasta tal punto que se presentan en bloques diferenciados.

Culturales/Divulgativos

- Documental: De cierto carácter informativo pero no necesariamente pegado a la actualidad.
- Musicales: Programas para divulgar la música.
- Educativos: Pueden estar asociados a un programa de educación formal.

Ficción

- Series: Con tramas específicas por capítulo y tramas de larga duración.
- Miniseries: Series de corta duración, como Cámara Café en Telecinco.
- Telenovelas: Tramas continuadas entre capítulos.

- Películas: Producidas específicamente para televisión. No se estrenan en cine.
- Cine: Películas que se emiten en televisión después de un tiempo de generar ganancias en los cines.

Entretenimiento

- Magazines: Abarca géneros diversos y sirve como formato contenedor.
- Galas: Programas de actuaciones musicales, de humor, etc.
- Talk-shows: Testimonios en plató.
- Reality-shows: Género muy popular en los últimos años, estilo variedades suele incluir algún tipo de concurso: de famosos, de convivencia, de méritos, etc.

Deportes

- Programas específicos de programación regular.
- Retransmisiones de competiciones: fútbol, motos, F-1, ciclismo, etc.
- Eventos especiales: Juegos Olímpicos, Campeonatos.

Programación en Ecuador

Los medios de comunicación audiovisuales deben establecer un balance de la programación que se debe proyectar. Dentro de eso tenemos la parte informativa, educativa, cultural y de entretenimiento. En los inicios la programación de los medios audiovisuales en nuestro país era informativa y educativa, actualmente la televisión de señal abierta es muy variada y sobre todo de entretenimiento, por lo cual trata de captar la atención del más pequeño hasta el más grande de la familia y donde los productores buscan generar más rating y ganancias, sin importar lo que se brinde al televidente.

En Ecuador el éxito de la mayoría de programas televisivos es el rating se lo conoce como al número de personas que están viendo algún determinado canal televisivo. Una de las características es que si mayor es la cantidad de personas que estén observando un programa, más elevadas son las posibilidades de que el rating aumente y esto significa que la programación tiene mucha acogida por parte del público.

El rating tiene un papel importante en las agencias audiovisuales porque está relacionado a la publicidad que se proyecta en cada espacio televisivo y a la cantidad de consumidores que quieren llegar para vender un producto. El formato que se utiliza para medir el rating, es a través de puntos, por ejemplo si un punto de rating equivale a 100.000 personas, eso quiere decir, que si un programa tiene 9 puntos de audiencia, son 900.000 los televidentes que están pendientes de esa transmisión. Otra de las formas de conocer el número de individuos que ven un programa, es por medio de sondeos o encuestas a los ciudadanos por sector, para luego determinar que canal tiene mayor sintonía en las diferentes franjas horarias.

Esto también permite que generen más ingresos económicos a sus productores, por eso tratan de mantener perenne al público con programación que guste. Hay varias estaciones televisivas, con programación variada, sin embargo unas son más aceptadas por la sociedad que otras, dentro de estos encontramos los reality shows.

Los reality shows

Reality show es una palabra inglesa que se utiliza en la actualidad en nuestro idioma y que tiene relación con los programas de entretenimiento, su significado en español es

“demostración de la realidad” o “Telerrealidad”. Es un programa televisivo sin guiones, en que se documentan las vivencias de personas comunes y se pretende mostrar a los televidentes su talento.

Los reality shows se iniciaron para ganar más ingresos económicos en los canales televisivos y tienen su origen en Estados Unidos, Italia y Argentina. Existen algunos tipos reality shows:

Observador pasivo: La cámara observa pasivamente las actividades cotidianas de una persona o de un grupo de personas. El resultado de las grabaciones son transmitidas directamente.

Cámara escondida: La cámara observa a personas que ignoran que son filmadas. Suele utilizarse en programas que hacen bromas para entretener a su audiencia. El resultado es transmitido “crudo y sin censura.”

Concurso de tele-realidad: En este tipo de emisiones un grupo de personas en un ambiente cerrado compiten por un premio, mientras son observados de forma continua por las cámaras, lo cual entretiene a la audiencia, ya que, ésta puede observar todo lo que pasa en el ambiente en vivo.

Supervivencia: Un grupo de personas es llevado a un lugar remoto sin servicios elementales, en el cual deberán buscar su sustento y deberán competir para obtener productos elementales, generalmente, los que llegan al final del show reciben un gran premio.

Encierro: Un grupo heterogéneo de jóvenes de ambos sexos deben convivir durante cierto tiempo en una casa, formando alianzas y tramando intrigas para no ser expulsados por el voto de los espectadores.

Academia Artística: Un grupo de aspirantes a artistas, ya sea cantantes actores, etc., son llevados a academias donde reciben lecciones, en un escenario se presentan y son eliminados en función de su habilidad juzgada por jueces o bien por el voto de los espectadores.

Modelaje: Un grupo de chicas concursan para lograr tener un contrato profesional como modelos conviviendo con otras aspirantes las cuales viven entre ellas en busca de cumplir su sueño. Para ello, tienen que realizar diversos “retos” para estar aún más cerca de cumplirlo.

Reality Shows en Ecuador

Los reality shows llegaron al Ecuador a inicios del año 2000, como una propuesta diferente para el entretenimiento de los ecuatorianos, el pionero en este formato televisivo fue Ecuavisa con la transmisión del programa “Gran Hermano”, que se basa en las vivencias de un grupo de personas durante cierto tiempo, donde deben superar las nominaciones que reciben por parte de los televidentes y poder conseguir el premio final.

Otro de los reality shows que alcanzaron la fama en nuestro país fue Popstars emitido por Telemazonas y tenía como finalidad descubrir estrellas musicales en el género pop, es así como este género televisivo continúa marcando una tendencia en nuestro país.

En la actualidad uno de los programas concursos más vistos por la audiencia ecuatoriana es “Combate” que se transmite en el canal RTS , este reality show y programa concurso se basa en la competencia de dos grupos de jóvenes, unos pertenecen al equipo azul y otros al equipo color naranja. Cada grupo está conformado por 12 participantes en el cual realizan

desafíos físicos y de intelecto para demostrar sus habilidades. Durante los meses de competencia ellos reciben nominaciones por parte del público y al final se enfrentan los mejores de cada equipo y el ganador se hace acreedor de un premio.

Este programa se transmite de lunes a viernes a las 20h00 y tiene como conductores del reality a Doménica Saporiti y Karina Hidalgo.

Estos programas son considerados como de entretenimiento y tienen como finalidad presentar escándalos, dramas, donde los protagonistas son personajes mediáticos, que buscan llamar la atención del público, a través de las polémicas sobre su vida personal. Varios personajes famosos actualmente en nuestro país surgieron de diferentes reality shows y actualmente se encuentran trabajando como conductores de diferentes programas televisivos.

Mediáticos

Actualmente los conductores televisivos en su mayoría son personas que obtuvieron fama de algún programa concurso o escándalo y son más conocidos como mediáticos. Según la Real Academia Española, la palabra mediático significa perteneciente o relativo a los medios de comunicación y se puede referir a personajes que se hacen famosos repentinamente por un tema determinado y luego tienen sus propios espacios en la pantalla chica. Entre las características de las figuras mediáticas podemos observar que estos personajes tienen:

- Mucho carisma.
- Saben improvisar.
- Muchísimas ganas de trabajar en la televisión.
- Realizan escándalos con facilidad.

- Actitud.

Los mediáticos en Ecuador

Los personajes mediáticos desempeñan un papel muy importante en la televisión ecuatoriana, ya que debido a sus escándalos y polémicas sobre su vida personal, crean expectativa a los televidentes, lo cual hace que aumente el rating de dichos programas.

Estas figuras que se hacen conocidas por medio de programas concursos o reality shows se vuelven alicientes por los telespectadores, generando así que más personas sigan los diferentes programas en los cuales se presentan, por lo cual en dichos espacios se aprovechan del alto rating obtenido, vendiendo más publicidad y generando más ganancias económicas. Sin importarles a los productores que estas personas sean en ocasiones una mala influencia para las jóvenes y niños, por otra parte se quite espacios que deben ser utilizados por periodistas.

Fundamentación Comunicativa

En la entrevista realizada por las autoras del presente proyecto a la Magister en Relaciones Internacionales Karla López, docente de la universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, comentó que la misión de la Televisión debe ser educar y entretener, pero primero culturizar al televidente. Quién no se prepara durante un período adquiriendo conocimientos de historia general, redacción, articulación, dicción entre otras fortalezas en el ámbito de la comunicación social, demuestra al televidente que cualquiera que no estudia periodismo puede llegar a ser famoso o una figura mediática, sólo con el hecho de generar noticia haciendo cosas que van en contra de los valores éticos y morales que tiene una sociedad. Por ejemplo: Si el gobierno lleva adelante una campaña contra el consumo de

drogas, y el dueño o gerente de un canal de televisión decide contratar a alguien porque aparece fumando droga en las redes sociales para generar rating en dicha televisora ¿Qué lectura o análisis estoy creando en los televidentes adolescentes y jóvenes?, ¿muchos creerán que el fumar te lleva a la fama? ¿O el hacer cosas en contra de las reglas morales establecidas en una sociedad te hace más importante? Quien quiera salir en televisión debe haber adquirido una preparación previa en las aulas. No es bueno siempre arriesgarse a improvisar. Un título avala lo aprendido en el campo empírico.

Las figuras mediáticas logran tener su espacio en la pantalla chica, porque los programas de televisión compiten por el rating, sin importarles el deterioro de la calidad de los contenidos, por ello, las pantallas se llenan de personajes y temas triviales que responden al morbo y sensacionalismo. Las televisoras otorgan fácilmente espacio en la televisión a personajes sin preparación previa, a fin de multiplicar la audiencia. Por lo tanto si aumentan los índices de audiencia, aumenta la inversión de los patrocinadores. Los reality shows son un ejemplo claro.

Las televisoras han desarrollado la telebasura, un tipo de programación que atrae al televidente por difundir imágenes impactantes, de contenido violento, morbo. La audiencia encuentra placer en observar situaciones desagradables o impresionantes para los protagonistas. Recordemos que los programas con formato tipo reality, talks shows entre otros, tienen bajos costos de producción y generan más créditos.

Siguiendo resultados de la entrevista realizada, la catedrática Karla López, considera que es necesario tener un título universitario, ya que los periodistas deben reflejar articulación en lo que pronuncian (claridad en cada tema que abordan), y capacidad de análisis y

síntesis, algo que se adquiere en materias abordadas durante la carrera. El televidente debe observar a los periodistas como un ejemplo de superación y preparación.

La Ley Orgánica de Comunicación exige la formación académica como factor indispensable para el ejercer el periodismo. El artículo 42 cita textualmente “Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas”. La profesionalización no es negociable.

Fundamentación psicológica

Jesús González Requena licenciado en Psicología y catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid, en el libro “El Discurso Televisivo: Espectáculo de la posmodernidad”, explica que la televisión crea necesidades a los televidentes, que afectan en mayor proporción a las personas de escasos recursos económicos, con lo cual se reprimen, pues en los diferentes programas televisivos y la publicidad hace ver como si la felicidad es un bienestar social y económico.

En la mayoría de hogares ecuatorianos, ambos padres trabajan para sustento de la familia, esto permite que el niño o joven, se entretenga por varias horas frente al televisor, sin tener una supervisión por parte de un adulto, los programas televisivos pueden llegar a influir en ellos, imitando cosas malas o perjudiciales, porque los niños crean costumbres permanentes y peculiaridades emocionales, mediante la imitación e identificación.

Cabe recalcar que ciertos programas televisivos enseñan cosas positivas y educativas, siendo una herramienta de instrucción para los más pequeños. La televisión si es bien usada puede fomentar valores y buena conducta.

Fundamentación sociológica

La televisión es un medio poderoso, pues tienen la capacidad de llegar miles de personas en el mundo, también muy expresivo pues hace uso de la imagen que sirve para interiorizar los mensajes, ya que se introducen involuntariamente en nuestra mente sin ser procesados, a diferencia de leer un libro, por ejemplo, además presenta sonido haciéndolo más atractivo. Esto influye en la percepción del televidente, generando cambios significativos en la sociedad, interviniendo en la forma de pensar y de actuar de los telespectadores.

Sin embargo esto ha generado que la televisión sea un elemento esencial en la vida de las personas, así lo manifiesta el Psicólogo Jesús González Requena quien es autor del libro “El discurso televisivo”, donde argumenta que la presencia de la televisión en los lugares estratégicos del hogar, ha ocasionado que las personas pongan más interés a los programas que se presentan a diario, dejando a un lado las relaciones familiares.

La gran variedad de programas televisivos que existen en Ecuador, se debe a las diferentes preferencias que tienen los televidentes, mientras a muchas personas les gusta ver noticieros y transmisiones informativas a otros les gusta ver programas de espectáculo y reality show, según el libro “La televisión: Los efectos del bien y del mal” de Lorenzo Vilches, los hombres de clase social alta prefieren ver programas de entretenimiento e informativos, a diferencia de las mujeres con escasos recursos económicos, bajo nivel educativo y sin trabajo se identifican con películas y series. Por otra parte los adultos

mayores y los niños son los que pasan más tiempo frente al televisor, al no tener que realizar otras actividades.

La televisión al ser un medio audiovisual se basa en proyectar una buena imagen al público, por lo tanto la mayoría de personas que trabajan en la pantalla chica tienen que cumplir con los requisitos que llamen la atención del espectador como: ser carismático, poseer cánones de belleza, y causen polémica.

Fundamentación Legal

Esta investigación posee un soporte legal, en base a los artículos que se establecen en la Ley Orgánica de Comunicación, referente al correcto uso de las leyes en los medios de comunicación televisivos.

Artículos de la Ley Orgánica de Comunicación

Art. 3.- Contenido comunicacional.- Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

a. Respetar la honra y la reputación de las personas;

b. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y,

c. Respetar la intimidad personal y familiar.

Art. 42.- Libre ejercicio de la comunicación.- Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social.

Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas.

Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior. En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales.

La finalidad de esta parte legal, es que los productores, presentadores de canales de televisión y los periodistas conozcan cuales son los requisitos que se necesitan para laborar en un medio de comunicación audiovisual. También hace referencia de que las personas que trabajan en un medio de comunicación, ya sea en el escrito o visual, necesita tener un título académico, ya que al momento de emitir una información se evidencie que tiene dominio del tema y lo hace con veracidad.

MARCO REFERENCIAL

Antecedentes de la televisión

La televisión es un medio de comunicación audiovisual, que se trasmite por ondas hertzianas, proviene de una mezcla de la palabra griega tele (lejos o distancia) y latina visio (visión), el termino fue utilizado por primera vez en el Congreso Internacional de Electricidad de París (CIEP) en el año de 1900 por Constantin Perskyi. Ha llegado a convertirse en el medio de comunicación significativo, porque llega a casi todos los hogares a nivel mundial y a las diferentes clases sociales.

Jacob Berzelius descubrió en 1817 el selenio y el azufre, dos elementos importantes que hicieron posible la transmisión a distancia de la imagen en movimiento. En 1926 el británico John Logie Baird consiguió difundir imágenes con una definición de 30 líneas, con el tiempo fue perfeccionándose y logró transmitir de Londres a Nueva York.

En 1927 llegan las primeras transmisiones televisivas a cargo de la BBC de Inglaterra y posteriormente las cadenas CBS y NBC de Estados Unidos en 1930 pero los programas no se transmitían en horarios regulares. Mientras tanto en Europa se crea Eurovisión, es una red de televisión formada de países del continente y que tiene como finalidad intercambiar información entre los países asociados.

En México se funda la primera estación televisiva en 1946, cuatro años más tarde se implementa la televisión comercial. Televisión española (TVE) se funda en 1952, pero es en 1956 donde se empiezan a realizar transmisiones regularmente. En 1954 llegan las

primeras televisiones a Colombia, durante el gobierno de Rojas Pinilla, pero tan solo las familias que tenían mejores posibilidades económicas podían acceder a estos. Luego en 1960 se crea Mundovisión que consigue realizar enlaces con satélites geoestacionarios haciendo cobertura en todas partes del planeta.

La televisión con el pasar de los años se ha convertido en un medio masivo a nivel mundial, ya que permite la trasmisión rápida de todos los acontecimientos que suceden de otras partes del planeta. Las personas se pueden enterar de lo que ocurre en otros continentes, ya sean noticias sobre los avances científicos o problemas existentes en otros países o de cualquier índole.

MARCO CONCEPTUAL

En este paso del proceso investigativo se definen los términos que se utilizan en este estudio.

Figuras mediáticas: Se puede referir a personas que están en algún programa concurso o reality shows y luego se hacen famosos repentinamente por la gran acogida del público y de esta manera aseguran sus propios espacios en la pantalla chica, sin tener preparación previa de la carrera periodismo, dejando de lado a jóvenes que se han preparado durante muchos años en esta profesión.

Reality show: Es considerado un programa de entretenimiento, que consiste en mostrar al público como conviven y se desenvuelven un determinado grupo de personas en dicho

programa. También realizan concursos y el que tiene un mejor desempeño durante todo el reality se lleva un premio.

Rating: El rating es lo que determina la cantidad de personas que están observando un programa de televisión. Mientras más individuos estén pendientes de ese programa, mayor será la acogida que tiene dicha programación por parte del público.

El rating se lo mide a través de puntos, es decir, que si un punto equivale a 100.000 televidentes, eso significa que 7 puntos es el resultado de que 700.000 personas están sintonizadas con ese canal televisivo.

Mass media: Según la Real academia española el término mass- media hace referencia al conjunto de medios de comunicación.

Medios de comunicación: Los medios de comunicación hacen referencia al grupo de soportes como radio, prensa escrita y televisión e internet que tienen como finalidad transmitir una información o mensaje a la sociedad.

Frecuencia: Las frecuencias son las bandas que tienen los medios de comunicación como son la radio y la televisión que sirven para establecer diferentes emisoras y canales, para que las personas puedan disfrutar de dicha programación.

Transmisión: La transmisión consiste en el traspaso de ondas e información desde un punto a otro. Por ejemplo: las transmisiones de un programa de televisión a las masas.

Medios audiovisuales: Son aquellos medios de comunicación como la televisión e internet, entre otros que buscan transmitir una información a las personas y a su vez ésta sea captada a través los sentidos de la vista y oído.

Ondas hertzianas: Son impulsos de energía electromagnética capaces de viajar por el espacio vacío alejándose indefinidamente sin necesidad de ningún soporte material.

Masas: De acuerdo a la RAE el término masas se refiere a la Muchedumbre o a un conjunto numeroso de personas.

Publicidad: Según la real academia española que hace referencia a las noticias o anuncios comerciales que tienen como finalidad captar más usuarios para que compren sus productos.

Normas Deontológicas: El código deontológico del periodista es un documento que recopila los fundamentos generales que regulan el comportamiento de los informadores. El contenido de este código tiene como objetivo mejorar el tratamiento informativo de algunas de las cuestiones sociales de mayor actualidad. Las recomendaciones que desarrolla en su interior deben ser puestas en práctica no sólo por los profesionales de los medios, sino paralelamente, por los estudiantes de comunicación que serán los que ocupen dichos puestos el día de mañana. De este modo, los pupilos deben asimilarlos como eficientes y útiles, especialmente porque en el mundo laboral del periodismo no tiene cabida el informador que no respete el código deontológico, que engloba lo siguiente:

1. El respeto a la verdad.
2. Estar abierto a la investigación de los hechos.
3. Perseguir la objetividad aunque se sepa inaccesible.

4. Contrastar los datos con cuantas fuentes periodísticas sean precisas.
5. Diferenciar con claridad entre información y opinión.
6. Enfrentar, cuando existan, las versiones sobre un hecho.
7. Respeto a la presunción de inocencia.
8. Rectificación de las informaciones erróneas.

Productor ejecutivo: Permite la fabricación de un producto de entretenimiento cultural y/o comercial. El productor ejecutivo suele ocuparse de la contabilidad, de la gestión y / o los problemas legales asociados (como los derechos de autor o regalías). Un productor ejecutivo generalmente contribuye al presupuesto del producto y puede o no puede trabajar en conjunto. A nivel práctico las obligaciones de un productor ejecutivo varían de forma notable entre culturas, países, e incluso, dentro del mismo país, entre empresas.

Diseño Gráfico Audiovisual: Es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones audiovisuales de carácter gráfico-sonoro y en movimiento, producidas normalmente por medios tecnológicos, y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados por los medios de comunicación audiovisual.

Guionista: Es un escritor especializado en la creación de una obra para una producción cinematográfica, televisiva, y radiofónica. Esta obra puede ser una historia original o bien una adaptación de un guion procedente de otra obra ya existente (novelas, musicales, biografías).

El jefe de piso o floor mánager: Es el principal asistente del director, es el encargado de lo que pasa en el estudio de grabación y de que todo esté listo. Funciona como enlace entre productor y director en el estudio y debe tener autoridad en el set. Cuando se asume

esta función, el trabajo principal es comunicarse con el talento. Decide la coreografía, da entradas y salidas del programa. El director está en el máster de control durante la grabación y no puede dar instrucciones directas a los actores, quienes por lo general, no llevan apuntador, El jefe de piso en cambio sí tiene un interfono para comunicarse con su director. Por consiguiente, tales instrucciones son dadas por el jefe de piso, principalmente con señales con las manos, o en algunos casos se usan carteles.

Microfonista: Se refiere al trabajador que se ocupa de poner los micrófonos al Presentador, Actores, Colaboradores, etc. Actualmente, de eso se encarga el auxiliar de sonido.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

La investigación de campo es un proceso sistemático, riguroso y racional que se basa en una recopilación directa de toda la realidad que se observa en el trabajo de investigación, para luego realizar un análisis y presentación de datos obtenidos. Por esa razón en este proyecto investigativo se realiza entrevistas a profesionales en la carrera de periodismo, para conocer cuál es su opinión acerca de las oportunidades laborales que tienen las figuras mediáticas en la televisión ecuatoriana.

También a través de encuestas a estudiantes de la carrera de Periodismo se busca conocer que opinión tienen sobre este tema, de que en la actualidad estos personajes mediáticos que participan en reality shows y luego son presentadores de programas, están desplazando a los profesionales en la carrera de Periodismo.

Análisis documental:

También se utiliza este tipo de investigación para realizar técnicas muy precisas, de la documentación existente, que directa o indirectamente aporte información sobre el tema, ya sea para obtener datos particulares para este tema y sobre el año en que surgió el mediatismo y reality show en el mundo.

ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Es cuantitativo porque realizaremos encuestas a las personas y también entrevistas a los productores y jefes de recursos humanos para obtener diferentes opiniones acerca del tema.

La investigación tiene un enfoque cuantitativo porque luego de la observación de estos fenómenos sociales, se realizan técnicas estadísticas, matemáticas que incluye la tabulación de las respuestas recopiladas sobre el tema. Gracias a este enfoque se puede conocer que opinan los estudiantes y expertos en la carrera sobre este tema.

Este trabajo investigativo realiza un análisis teórico y conceptual sobre los datos recolectados durante el proceso, ya sea a través de libros, documentos legales, periódicos y material publicado. También se utilizan trabajos previos sobre los medios audiovisuales, referencias electrónicas y físicas del tema, para que luego de recolectar estos datos se realice un estudio analítico para conocer que son las figuras mediáticas, como incursionaron en las pantallas de televisión y saber cuáles son sus características.

TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

En este trabajo investigativo se utilizan las técnicas de encuestas y entrevistas. Para obtener los datos de esta investigación se realiza encuesta a los estudiantes de periodismo de la Universidad Politécnica Salesiana y la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, con la finalidad de saber que opinan sobre las personas que participan en los reality shows y luego ocupan el puesto de presentador en determinado programa televisivo y si consideran que esto deja en desventaja a los estudiantes de periodismo que al finalizar la carrera buscan obtener trabajo en la televisión.

La entrevista por su parte ayuda a la recopilación de información sobre el tema planteado y se realiza a través de un cuestionario de preguntas dirigida a los productores de programas televisivos y catedráticos expertos en la carrera de periodismo para conocer cuáles son los

motivos de que los personajes famosos estén incursionando en la televisión como presentadores o reporteros, conocer sus características y requisitos al momento de su ingreso y saber si el rating y audiencia influye en la contratación de estas figuras mediáticas.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población o el universo que comprende la investigación, se compone de dos instituciones educativas ubicadas en la ciudad de Guayaquil, las cuales son: la Universidad Politécnica Salesiana, situada en el campus centenario: Chambers 227 y 5 de Junio y la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, ubicada en la avenida de las Américas junto al colegio Aguirre Abad, de estas instituciones se toman en consideración como la población para esta investigación a los estudiantes de la carrera de Periodismo de ambas universidades. La universidad Politécnica Salesiana cuenta con 543 estudiantes y la universidad Laica Vicente Rocafuerte tiene 372 alumnos de esta carrera. La suma total de los estudiantes de Periodismo de ambas entidades es de 915.

MUESTRA

A partir de esta población de 915 estudiantes de la carrera de Periodismo se estableció que la muestra será dirigida a la población finita, la cual se realizó a partir de la siguiente fórmula.

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

Dónde:

n = Es el tamaño de la muestra que queremos calcular.

N = Es el tamaño de la población u universo (915 estudiantes de periodismo de la universidad Laica Vicente Rocafuerte y politécnica Salesiana).

E= Es el margen de error de la muestra que es el 0.05 – 0.07.

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{915}{(915-1) (0.0049) +1}$$

$$n = \frac{915}{(914) (0.0049) +1}$$

$$n = \frac{915}{4.4786 +1}$$

$$n = \frac{915}{5.4786}$$

n = 167 estudiantes (Tamaño de la muestra)

El tamaño de la muestra es de 167 estudiantes de la carrera de Periodismo de ambas universidades en la ciudad de Guayaquil.

ENCUESTAS

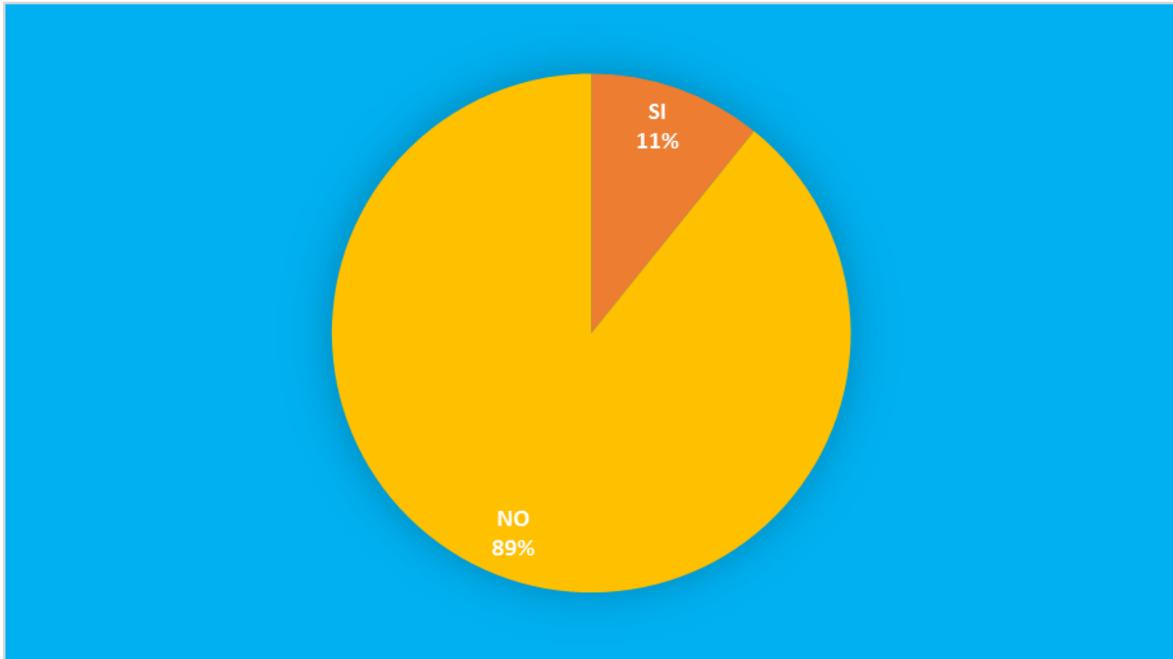


Figura #1; Cree que es fácil entrar a trabajar en un canal de televisión?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

De 167 estudiantes de periodismo encuestados el 89% piensa que no es fácil entrar a trabajar a un canal televisivo, mientras que el 11% considera que si es fácil ingresar para laborar en este medio.

Interpretación:

Se puede observar que la mayoría de estudiantes de periodismo considera que es difícil laborar en un medio televisivo.

Cuadro#1 Si seleccionó que NO responda el ¿Por qué? Escoja una o varias opciones.

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	%
a) Es necesario tener un contacto dentro del canal	113	67.7%
b) Por falta de experiencia	47	28.1%
c) Hay mucha competencia	37	22.2%
D) Hay que tener una buena condición física.	8	4.8%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

De 167 estudiantes de periodismo encuestados el 55% expresa que para trabajar en un medio televisivo es necesario tener un contacto dentro del canal de televisión, el 28% piensa que por falta de experiencia es difícil entrar, un 18% aduce que hay mucha competencia y el 4% considera que para trabajar en televisión se debe tener una buena condición física.

Interpretación:

Claramente podemos observar que la mayoría de los estudiantes de periodismo de ambas instituciones educativas, opinan que para entrar a trabajar en un medio televisivo se necesita tener un contacto dentro del medio y sobre todo tener experiencia para poder aplicar al puesto de presentador o reportero en la televisión.

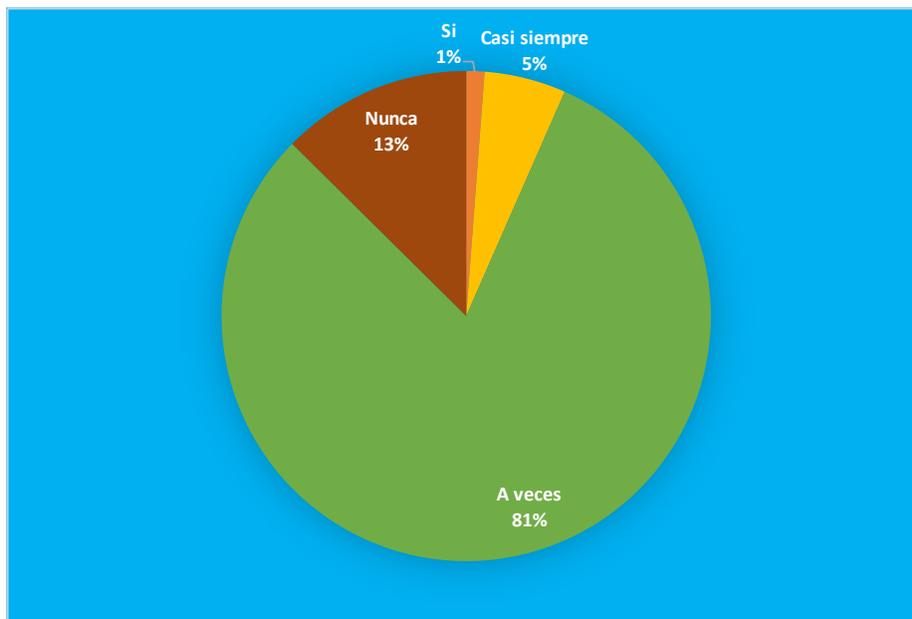


Figura #2 ¿Cree usted que los estudiantes de Comunicación tienen suficientes oportunidades para entrar a un canal de televisión luego de obtenido el título universitario?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

Con un total de 167 estudiantes de periodismo encuestados, tan solo el 1.2% considera que luego de obtener el título universitario si se puede laborar en un medio televisivo, el 5.4% que casi siempre, 81% a veces, mientras que el 13% manifiesta que nunca.

Interpretación:

La mayoría de los estudiantes considera que solo a veces se puede entrar a laborar en un medio televisivo una vez obtenido el título universitario.

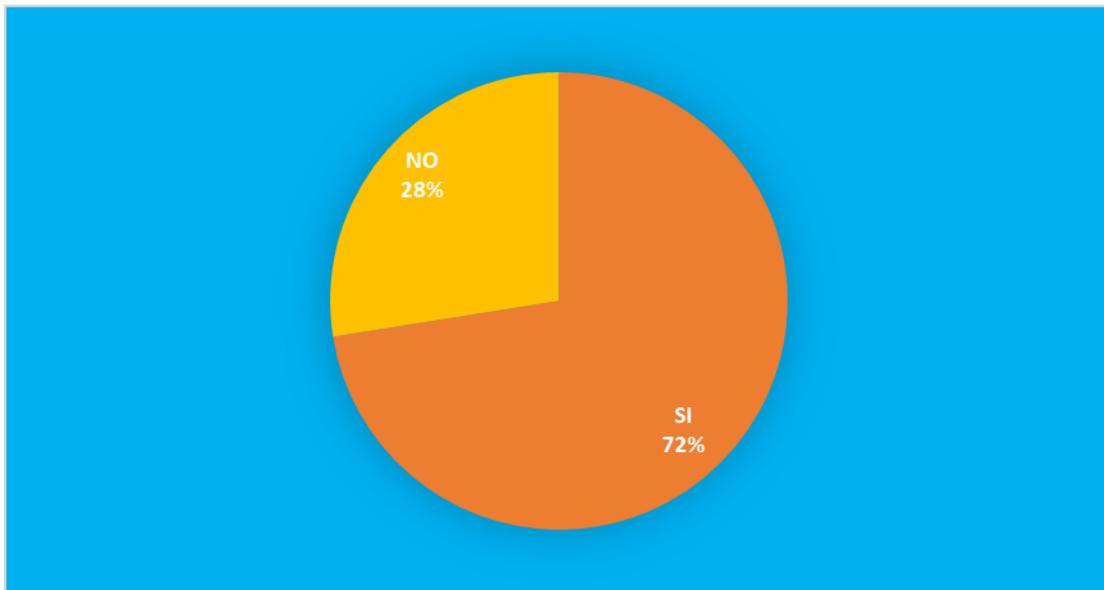


Figura #3; Considera que para trabajar en un medio televisivo es necesario un título académico?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

La gráfica refleja que el 72% de los estudiantes encuestados, aprueban que es necesario tener un título universitario, para trabajar en un medio televisivo, por otra parte el 28% considera que no.

Interpretación:

Se observa que para la mayoría de estudiantes es necesario un título universitario para laborar en un medio televisivo, pues actualmente los programas televisivos están llenos de personas que practican el periodismo empíricamente o con estudios en otras carreras que no tienen ningún tipo de relación con el Periodismo.

Cuadro#2 Si su respuesta a la pregunta anterior fue Si, justifique su elección con una de las siguientes opciones:

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	%
a) Porque un periodista está mejor preparado.	50	29.4%
b) Conocen la ley de comunicación.	19	11.4%
c) Maneja con mejor criterio lo que expresa.	27	16.2%
D) Es un derecho profesional.	25	14.9.6%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

El 41% de los estudiantes encuestados considera que un periodista está mejor preparado, el 16% que conocen la ley de comunicación, el 22% que maneja con mejor criterio lo que expresa y el 21% que es un derecho profesional.

Interpretación:

Los estudiantes encuestados han expresado que es necesario tener un título universitario para trabajar en un medio televisivo, pues consideran que los profesionales están más preparados y manejan con mejor criterio lo que expresan a diferencia de los que trabajan en televisión de manera empírica (personajes mediáticos).

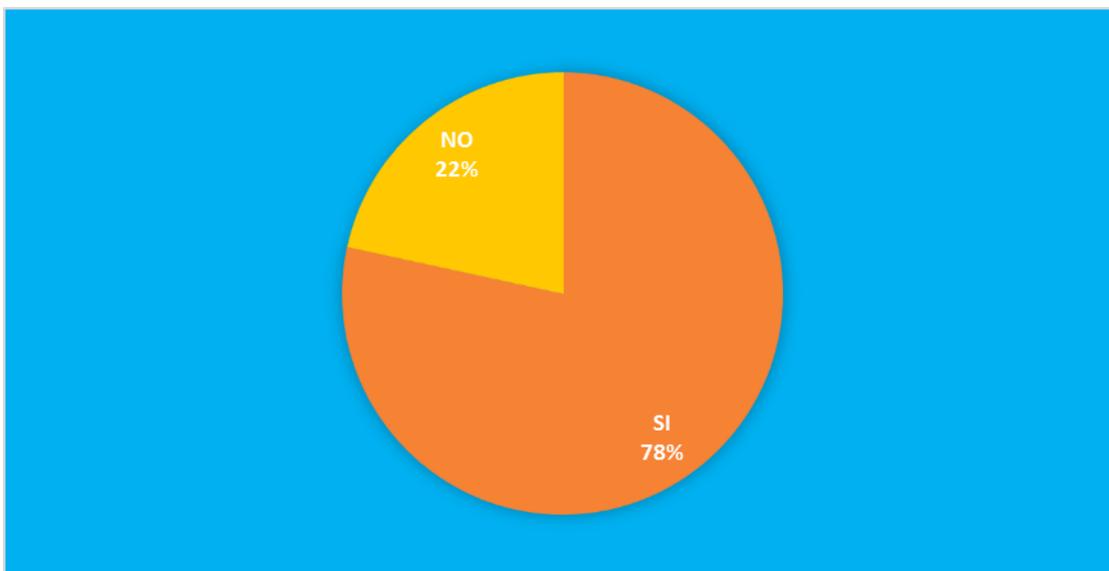


Figura #4 ¿Alguna vez ha sintonizado algún programa de farándula o reality show (programa concurso) en la televisión ecuatoriana?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

El 78% de los estudiantes universitarios encuestados aseguró que alguna vez ha visto un programa de farándula o reality show mientras que el 22% no ha sintonizado alguno de estos programas.

Interpretación:

Se concluye que la mayoría de estudiantes en algún momento de su vida han visto programas de farándula, programas concursos o realitys shows.

Cuadro #3 Del siguiente listado de programas de farándula o reality show, ¿cuál es de su preferencia? Puede escoger más de uno.

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	%
a) Vamos con Todo	35	20.9%
b) Faranduleros	22	13.2%
c) Combate	20	11.9%
d) BLN la Competencia	26	15.6%
e) Ninguno	64	38.3

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

De los estudiantes encuestados el 21% afirma preferencia por el programa Vamos con Todo, el 13% Faranduleros, el 12% Combate, el 16% BLN la Competencia y el 38% ninguno de los programas mencionados.

Interpretación:

En esta encuesta se puede constatar que el programa de farándula con mayor aceptación por los estudiantes es Vamos con Todo que lo transmiten a las 14:00 por RTS, mientras que el reality show de mayor sintonía por los alumnos es BLN la Competencia transmitido por Canal UNO.

Cuadro#4 ¿Con qué frecuencia ve los programa de farándula de su preferencia?

RESPUESTA	TOTAL	
	CANTIDAD	%
a) Siempre	6	3.6%
b) Usualmente	22	13.2%
c) A veces	86	51.5%
D) Nunca	53	31.7%

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

El 4% afirma que siempre ve programas de farándula, el 17% usualmente, el 66% a veces y el 56% nunca.

Interpretación:

Se puede observar que la mayoría de estudiantes de periodismo a veces suele ver programas de farándula, sin embargo hay un porcentaje reducido de alumnos que ven constantemente estos programas.

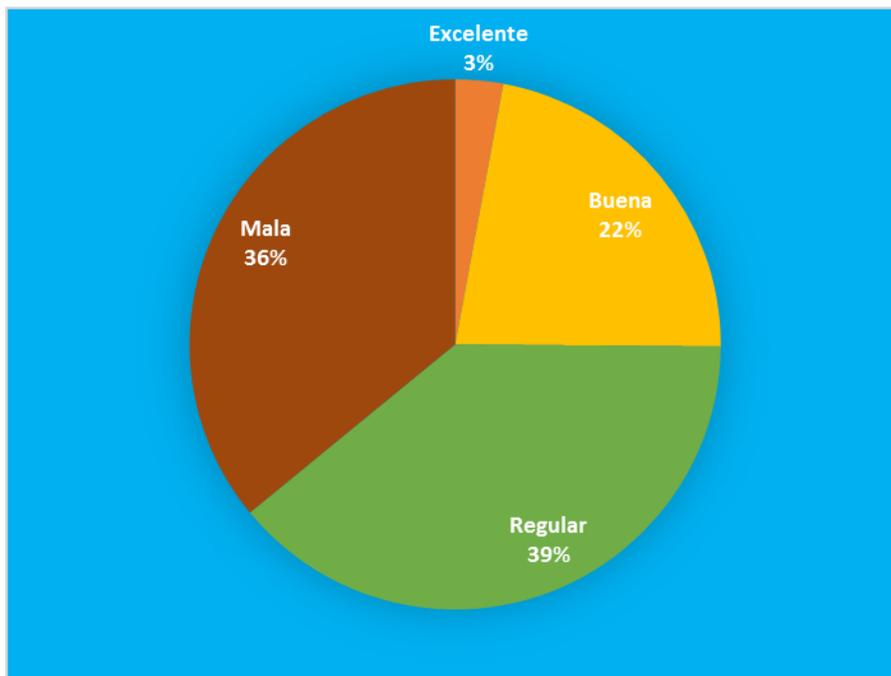


Figura #5 ¿Cómo considera el tipo de producción de estos programas?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

EL 3% de estudiantes encuestados, considera que ese tipo de producción es excelente, el 22% que es buena, el 39% regular y el 36% mala.

Interpretación:

Claramente se observa que la mayoría de estudiantes considera que este tipo de programas tiene una producción entre regular y mala.

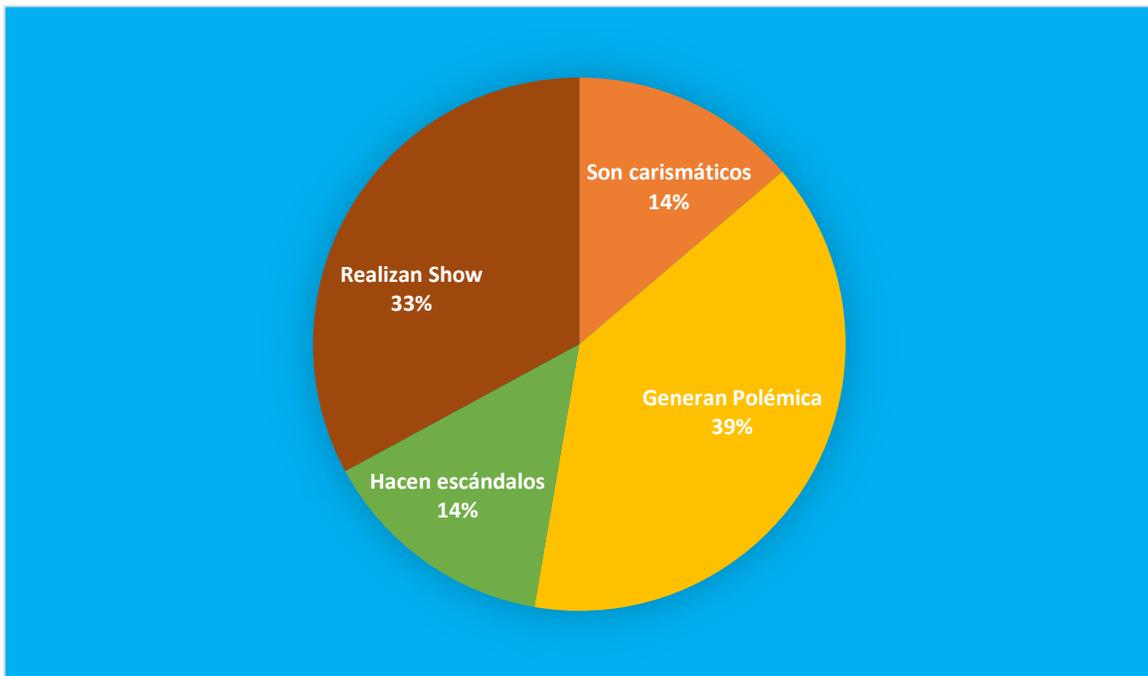


Figura #6 ¿Qué características usted considera que tienen los personajes (figuras mediáticas) que conducen estos programas de entretenimiento?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

EL 14 % de estudiantes encuestados considera que los personajes mediáticos que conducen programas de entretenimiento son carismáticos, el 39% que generan polémica, el 14% que hacen escándalos y el 33% que realizan shows.

Interpretación:

La mayoría de estudiantes manifiesta que los presentadores de programas de entretenimiento, se basan en generar polémica y realizar shows para llamar la atención del público y a su vez tener más aceptación.

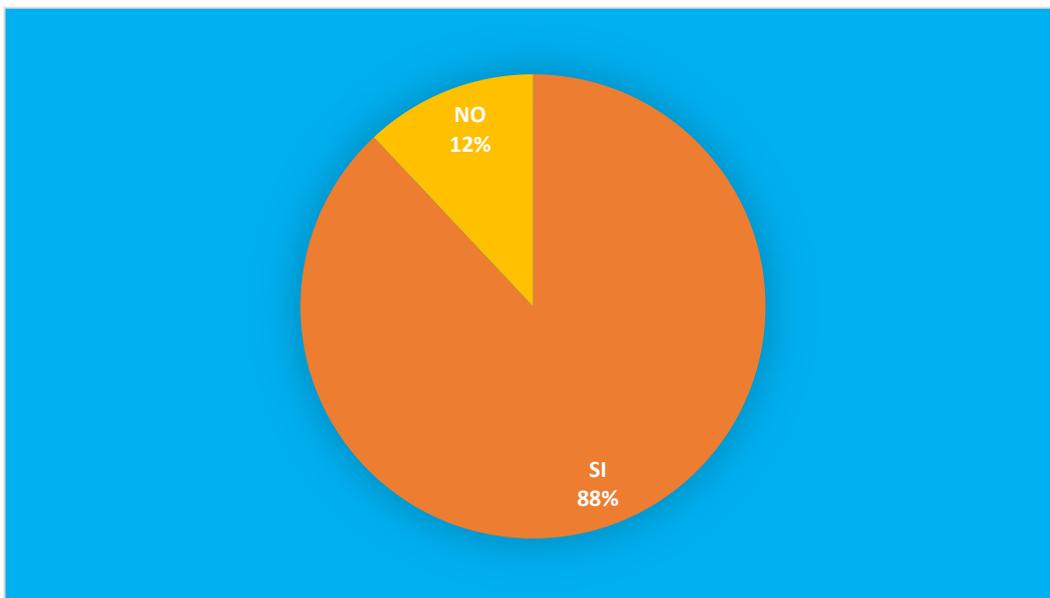


Figura #7; Considera que las personas que se hacen famosas por escándalos o por aparecer en programas concursos tienen más oportunidades que los periodistas para laborar en medio de comunicación?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras**Análisis:**

El 88% de estudiantes encuestados afirman que las personas que se hacen famosas por escándalos o por aparecer en programas concursos, tienen más oportunidades que los periodistas para laborar en medio de comunicación, mientras el 12% expresa que no.

Interpretación:

Esta pregunta es una clara muestra de la situación que viven la mayoría de periodistas en el Ecuador, pues las personas que se hacen famosas por escándalos o por ser parte de realitys shows tienen más oportunidades de trabajar en un medio televisivo, que los estudiantes que se preparan en la carrera de Periodismo o Comunicación.

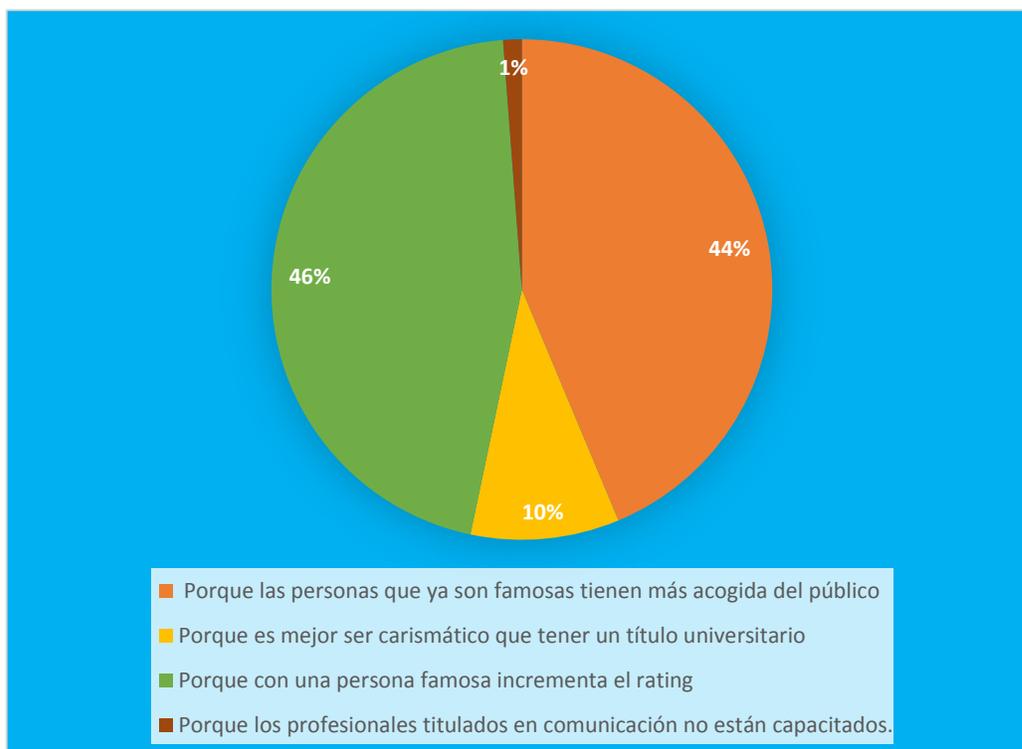


Figura #8 ¿Qué factores inciden para que los llamados famosos tengan más oportunidades para ingresar a trabajar a un medio de comunicación?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

EL 44% de estudiantes encuestados concuerdan en que uno de los factores que inciden para que los personajes mediáticos o famosos tengan más oportunidades para ingresar a trabajar a un medio de comunicación, es porque las personas que ya son famosas tienen más acogida del público, el 10% considera que es mejor ser carismático que tener un título universitario, el 41% piensa que con una persona famosa se incrementa el rating y el 1% porque los profesionales titulados en comunicación no están capacitados.

Interpretación:

En la gráfica se evidencia que uno los factores que más inciden en la contratación de personajes famosos, es porque ello tienen más acogida del público y porque con estos personajes famosos se incrementa el rating.

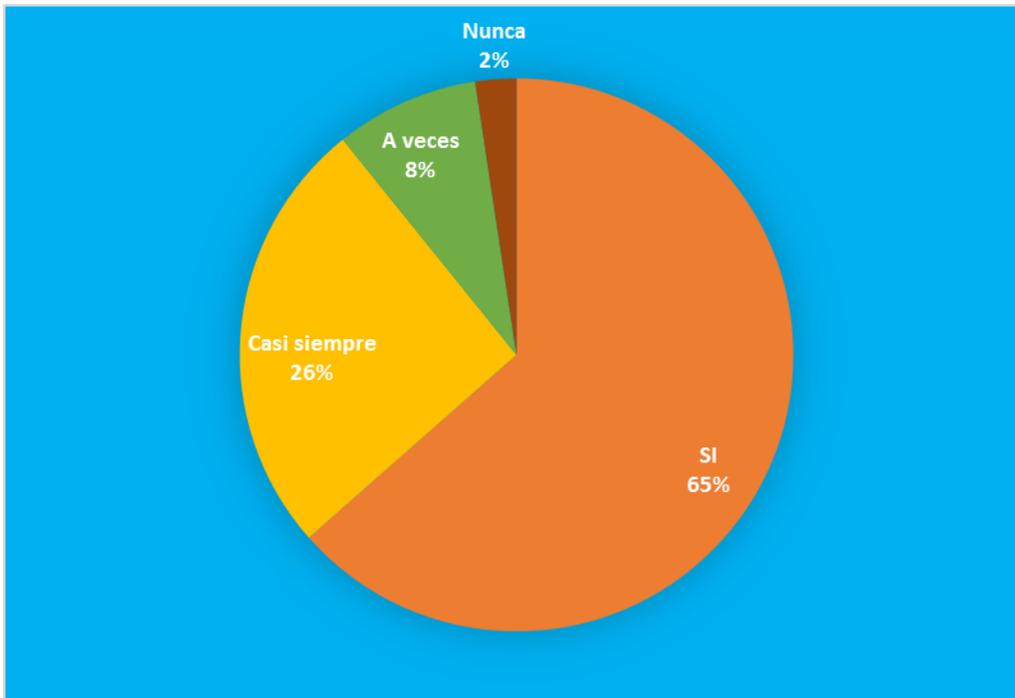


Figura #9 ¿Considera que el rating influye en la contratación de personajes famosos en la televisión?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

De un total 167 estudiantes encuestados el 65% considera que sí, el rating influye mucho en la contratación de personas famosas, el 26% casi siempre, el 8% a veces y el 2% nunca.

Interpretación:

La mayoría de estudiantes manifiesta que el rating influye en la contratación de personajes famosos para presentadores de televisión, pues mientras más alto es el rating mayor es el incremento de dinero que reciben los dueños de los medios televisivos.

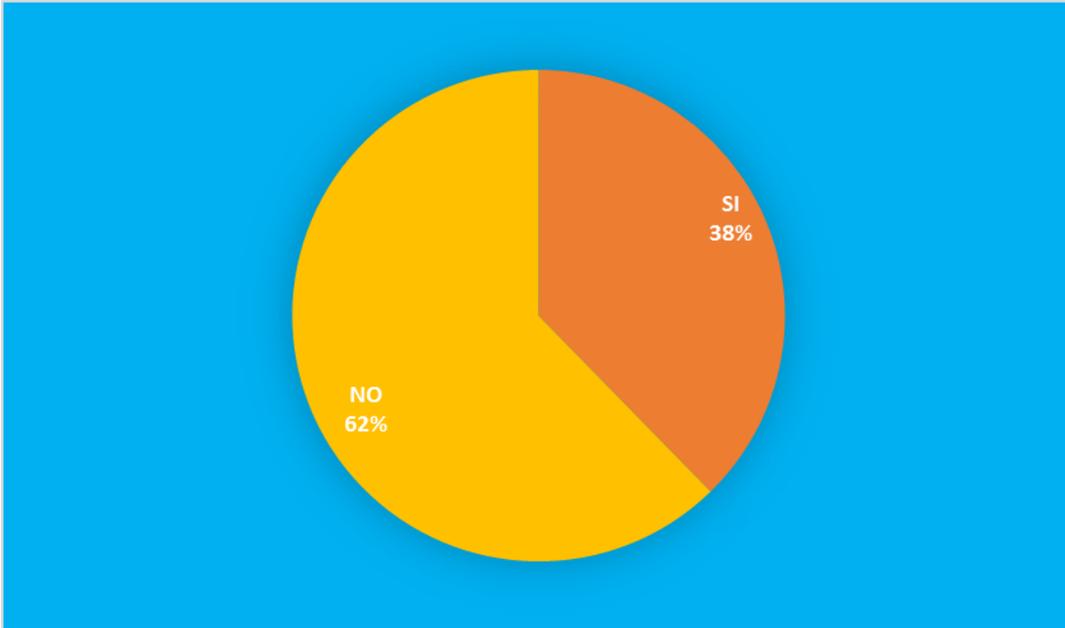


Figura #10 ¿Cree que es necesario participar en un programa concurso para ser presentador de un programa televisivo?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

De 167 estudiantes encuestados el 38% considera que si, mientras el 62% afirma que no es necesario realizar polémicas para trabajar en un canal de televisión.

Interpretación:

En la gráfica observamos que la mayoría de estudiantes considera que no debe ser necesario participar en un programa concurso o reality para ser presentadores de televisión, ya que por esa razón ellos se están preparando como profesionales para ejercer la carrera.

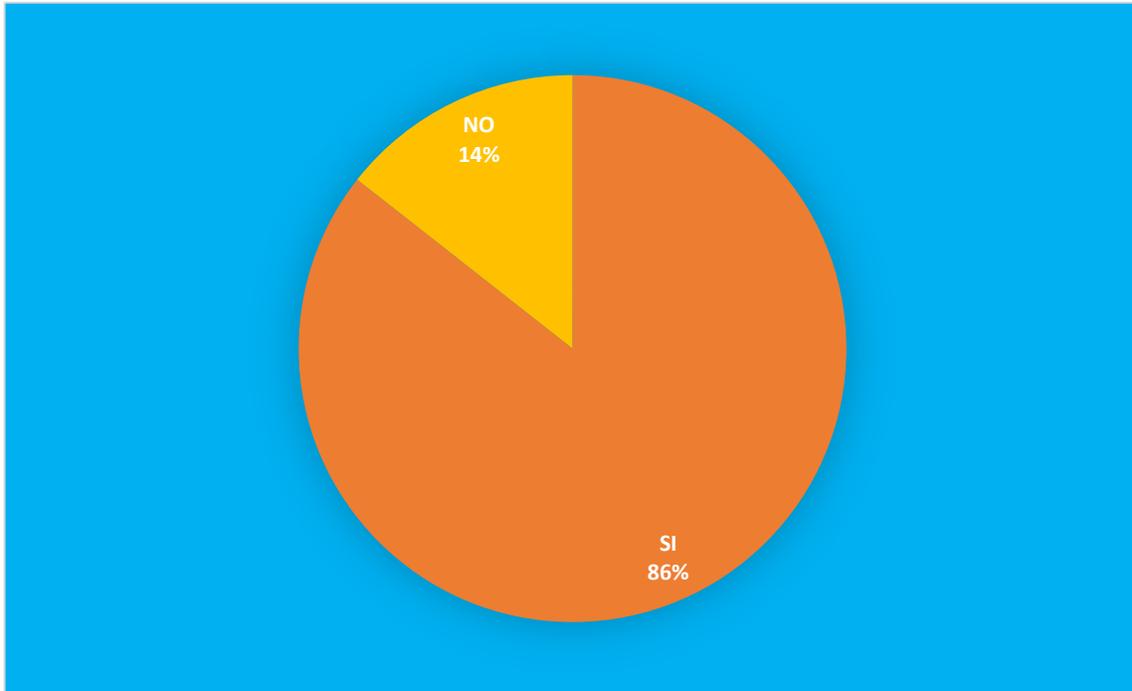


Figura #11 ¿Considera que la ley de Comunicación debe ser más estricta y sancionar a los canales de televisión que contratan personal empírico para la conducción de sus programas?

FUENTE: Encuestas

ELABORADO POR: Las Autoras

Análisis:

De 167 estudiantes encuestados el 86% considera que la ley de Comunicación debe ser más estricta con los medios para contratar a los personajes mediáticos, mientras el 14% afirma que no.

Interpretación:

Se observa en la gráfica que la mayoría de estudiantes afirma que la Ley de Comunicación debe ser más rigurosa y debería sancionar a los canales de televisión que contratan personal empírico para la conducción de sus programas de televisión.

ENTREVISTAS

La entrevista consiste en conversar o realizar una serie de preguntas a una o más personas sobre algún tema que sea de interés.

Entrevista al Msc. César Andrade Martínez, Director Técnico de Comunicación y Cultura de la Universidad Politécnica Salesiana.

El Msc. César Andrade considera que los personajes mediáticos en la mayoría de ocasiones se ganan un espacio en la televisión sin tener una preparación previa de la carrera periodismo. Muchos de estos personajes tienen alguna habilidad que los caracteriza, sin embargo ellos primero deben pasar por la aprobación del público, aunque hay ocasiones en donde pueden tener resultados adversos a la aceptación, como es el caso de Briggiette Quiñónez quien se hizo conocer con el apelativo de “Mafia Chumi” al subir un video en las redes sociales, fumando drogas, insultando en la isla Trinitaria. El canal de televisión RTS la llevó al programa Vamos con Todo y le ofreció trabajo de reportera, lo cual obtuvo rechazo por parte de los televidentes.

Frente a esto, el Msc. Andrade afirma que los medios se aprovechan de la imagen de los personajes que obtienen fama para incrementar el rating y por eso los productores los

colocan en esos puestos, sin muchas veces medir las consecuencias de lo que puede causar su presencia en la televisión.

El catedrático expresa que si un personaje tiene la capacidad y habilidad de entrar a un reality y luego ingresar en la vida de la sociedad puede ser bienvenido, sin embargo lo que no se debe aceptar es que estos personajes ocupen un puesto como periodistas o como presentadores de noticias o algún otro programa, ellos deben saber las normas de ética que exige la Ley.

El profesor manifiesta que es necesario tener un título universitario para laborar en un medio televisivo como presentador, pues para ocupar un cargo, donde se recopila, maneja, sintetiza y se produce información para luego difundirla, debe ser manejado por personas que tengan conocimiento académico y el título de Periodista o Comunicador Social.

En lo personal considera que para ocupar un cargo en la televisión así sea de farándula se debe tener un título académico, tener experiencia en el medio de comunicación y sobre todo que posean un conocimiento de cultura al momento de dirigirse a los demás. Ese sería el requisito primordial.

En la actualidad, en el Ecuador se vende mucho el morbo en los medios de comunicación, a veces solicitan que antes de entrar a un programa televisivo, las personas tengan buena apariencia física, sepan bailar o cantar para posteriormente ocupar un lugar como presentadores. Los productores son responsables, de colocar a las figuras mediáticas en la televisión, pues estas personas pueden transmitir cierto mensaje que le guste al público y a su vez les va a rendir más en cuanto audiencia porque favorece a los intereses económicos de ellos y de los medios, acotó el Msc. Cesar Andrade.

Entrevista a la Magister en Relaciones Internacionales Karla López y docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

La Magister en Relaciones Internacionales Karla López y maestra de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, comenta que la primera misión de la televisión debe ser culturizar y educar al televidente luego entretener, actualmente los programas de televisión compiten por el rating, sin importarles el deterioro de la calidad de los contenidos, por ello, las pantallas se llenan de las figuras mediáticas. Las televisoras otorgan fácilmente espacio en la televisión a personajes sin preparación previa, a fin de multiplicar la audiencia. Por lo tanto si aumentan los índices de audiencia, aumenta la inversión de los patrocinadores. Los reality shows son un ejemplo claro.

Las televisoras han desarrollado la telebasura, un tipo de programación que atrae al televidente por difundir imágenes impactantes, de contenido violento, morbo. La audiencia encuentra placer en observar situaciones desagradables o impresionantes para los protagonistas. Recordemos que los programas con formato tipo reality, talks shows entre otros, tienen bajos costos de producción y generan más créditos.

Afirma además que las personas que no se preparan durante un período adquiriendo conocimientos de historia general, redacción, articulación, dicción entre otras fortalezas en el ámbito de la comunicación social, demuestra al televidente que cualquiera que no estudia periodismo puede llegar a ser famoso o una figura mediática, sólo con el hecho de generar noticia haciendo cosas que van en contra de los valores éticos y morales que tiene

una sociedad. No es bueno siempre arriesgarse a improvisar. Un título avala lo aprendido en el campo empírico.

La catedrática Karla López, considera que es necesario tener un título universitario, ya que los periodistas deben reflejar articulación en lo que pronuncian (claridad en cada tema que abordan), y capacidad de análisis y síntesis, algo que se adquiere en materias abordadas durante la carrera. El televidente debe observar a los periodistas como un ejemplo de superación y preparación.

La Ley Orgánica de Comunicación exige la formación académica como factor indispensable para el ejercer el periodismo. El artículo 42 cita textualmente “Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas”. La profesionalización no es negociable.

ENTREVISTA A PRODUCTORES

Entrevista al Estratega Comunicacional, Gerente General-Televisora Rec. TV y Productor del programa ‘Desde tu Esquina’ en Canal UNO, Luis Mora Cedeño.

El Gerente General – Televisora Rec. TV Luis Mora Cedeño quien también es productor del programa ‘Desde tu Esquina’ que se transmite en Canal UNO, comenta que en el Ecuador no se necesita ningún requisito para ser una figura mediática, pero si una persona

desea incursionar en la televisión, debe tener una preparación universitaria y sobre todo mucho talento al momento de desempeñar alguna función.

En la actualidad el término mediático es utilizado para aquellas personas que gozan de fama y buscan llamar la atención de las masas y el rating sí influye en su contratación, ya que es considerada como una moneda de cambio donde se compra para vender, es decir, los que dirigen los medios televisivos son los que realizan la contratación de las personas de acuerdo a su rentabilidad.

Mora considera que uno de los motivos por lo que estas figuras mediáticas se logran mantener en las pantallas es porque tienen algún conocido dentro del medio, mientras que otros logran permanecer gracias a su talento y porque han sabido aprovechar las oportunidades que les da el canal. Y que en nuestro país el impacto que tienen estas personas hacia el público es significativo puesto que en muchos casos influye en la forma de actuar y pensar de la sociedad.

CONCLUSIÓN

El objetivo fundamental del proyecto de investigación, es obtener una conclusión de análisis sobre si los conductores mediáticos, tienen más oportunidades laborales como presentadores de televisión, que una persona que ha estudiado periodismo pero no es famosa. Para demostrar esto, primero las autoras realizaron encuestas a los estudiantes de Periodismo de las Universidades Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil y Politécnica Salesiana, donde los alumnos evidencian escasas de oportunidades para trabajar en un medio televisivo. Estiman que ni siquiera teniendo un título universitario se asegura el ingreso al medio, ellos consideran que en la mayoría de ocasiones se debe tener un contacto dentro del canal y ser una persona famosa.

También se evidencia la preocupación de los universitarios que estudian la carrera de Periodismo o Comunicación porque sienten que estas personas pueden ocupar los puestos que ellos aspiran en la televisión, por eso la mayoría exige que la Ley Orgánica de Comunicación debe ser más estricta con los medios audiovisuales al momento de hacer la contratación de un presentador o reportero de televisión.

A través de la investigación se aplica la posible conclusión que en los canales de televisión ecuatoriana buscan personas que tengan ciertas habilidades en la pantalla y participen en realitys shows, para que sean conocidas por el público y posteriormente puedan desempeñar el rol de presentador de un programa de espectáculo.

También se corroboró que los conductores mediáticos tienen como características: mucha actitud, carisma, saben improvisar, ganas de trabajar en televisión, realizan shows y escándalos con facilidad, por esta razón tienen más oportunidades de trabajar en medios

televisivos, a su vez esto genera que se incremente el rating y así se elevan las ganancias económicas para el medio de comunicación.

A lo largo del presente proyecto de investigación los expertos, Magísteres César Andrade y Karla López manifestaron que es necesario tener un título universitario para trabajar en un medio de comunicación, pues transmitir información al público, requiere de tener un bagaje cultural muy amplio y eso se adquiere mediante las asignaturas abordadas en la Universidad.

RECOMENDACIÓN

El presente trabajo de investigación dejó como resultado los problemas que tienen los estudiantes de Periodismo para ingresar a laborar en medio televisivo, y la ventaja que poseen ciertas figuras mediáticas para trabajar en este medio audiovisual a pesar de su poca experiencia en este campo de la comunicación. Por esa se planteó las siguientes recomendaciones:

- ❖ La Ley Orgánica de Comunicación debe ser más estricta y sancionar a los medios de comunicación, en este caso los medios televisivos que eligen como presentadores a personas que no poseen ningún conocimiento en el ámbito periodístico, ya que la propia Ley Orgánica exige que las personas que están dentro de un medio de comunicación tenga el título de periodista, sin embargo eso aún no se cumple con totalidad.
- ❖ Realizar auditorías dentro de los canales para verificar que cantidad de personas que trabajan como presentadores de televisión tienen el título de periodista.
- ❖ Los productores de los canales de televisión deben dar más oportunidad a los estudiantes de periodismo y comunicación, para que puedan desarrollar sus prácticas pre-

profesionales y de esa manera adquieran más experiencia al momento de laborar en un medio.

❖ También se recomienda que todos los organismos que regulan el contenido e información dentro de los canales, sancionen a aquellos programas que generan polémicas y realizan shows sobre la vida de esas personas y no brinden ninguna información e imagen productiva a los televidentes.

❖ Se recomienda a las personas que trabajan como presentadores en los medios televisivos que tengan una preparación en el periodismo y tengan conocimiento sobre cultura general y posean un buen léxico para poder desempeñar un excelente rol en el campo comunicacional.

BIBLIOGRAFÍA

Chomsky, N. (1999). *Aspects of the Theory of Syntax (Aspectos de la teoría de la sintaxis*, Barcelona, Gedisa.).

CIESPAL. (1992). *Encuentro de Directores de Informativos de TV*. Quito. CIESPAL.

CIESPAL. (1993). *Medios, Comunicación y Desarrollo*. Quito. CIESPAL.

Fagoaga, C (1993-1994). *El poder de los medios de comunicación*. Mujeres y poder: Tercer seminario internacional.

Egas, R. (1996). *La televisión en Ecuador*. Recuperado el 20 de mayo de 2009.

González Requena, Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra. Madrid, 1988.

Greenfield, Patricia. *El niño y los medios de comunicación*. Morata. Madrid, 1984.

Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. Editor: MacGraw Hill/Interamericana.

Kaplún, M. (1998) *Una pedagogía de la comunicación*.

Rodríguez, Francisco Javier. *La televisión y los españoles*. Paraninfo, 1992.

Mora, A, (1982). *La televisión en el Ecuador*. Guayaquil. Editorial Amauta.

Página Oficial. Obtenido de la página web del Canal RTS.

<http://www.rts.com.ec/>

Página Oficial. Obtenido de la página web de Canal Uno.

<http://www.canal1tv.com/>

Página Oficial. Obtenido de Ecuador Noticias.

<http://www.ecuadornoticias.com/2015/06/cordicom-advierte-rts-por-uso-de-la.html>

Roda Fernández, R. *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. C.I.S. Madrid, 1989.

Vilches, Lorenzo. *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Paidós. Barcelona, 1993.

ANEXOS

MODELO DE LA ENCUESTA

1.- ¿Cree que es fácil entrar a trabajar en un canal de televisión?

___SI ___ NO

2.- Si seleccionó que NO responda el ¿Por qué? Escoja una o varias opciones

a.- Es necesario tener un contacto dentro del canal de televisión

b.- Por falta de experiencia.

c.- Hay mucha competencia

d.- Hay que tener una buena condición física.

3.- Cree usted que los estudiantes de Comunicación tienen suficientes oportunidades para entrar a un canal de televisión luego de obtenido el título

Si

Casi siempre

A veces

Nunca

4.- ¿Considera que para trabajar en un medio televisivo es necesario un título académico?

___SI ___ NO

5.- Si su respuesta a la pregunta anterior fue Si, justifique su elección con una de las siguientes opciones:

a.- Porque un periodista está mejor preparado

b.- Conocen la Ley de Comunicación

c.- Maneja con mejor criterio lo que expresa

d.- Es un derecho profesional

6.- ¿Alguna vez ha sintonizado algún programa de farándula o reality show (programa concurso) en la televisión ecuatoriana?

___SI ___ NO

7.- Del siguiente listado de programas de farándula o reality show, cuál es de su preferencia? Puede escoger más de uno

- a.- Vamos con Todo
- b.- Faranduleros
- c.- Combate
- d.- BLN La Competencia
- e.- Ninguno

8.- ¿Con qué frecuencia ve los programa de farándula de su preferencia?

- a.- Siempre
- b.- Usualmente
- c.- A veces
- d.- Nunca

9.- Cómo considera el tipo de producción de estos programas?

- a.- Excelente
- b.- Buena
- c.- Regular
- d.- Mala

10.- ¿Qué características usted considera que tienen los personajes (figuras mediáticas) que conducen estos programas de entretenimiento?

- a.- Son carismáticas
- b.- Generan polémica
- c.- Hacen escándalos
- d.- Realizan show

11.- ¿Considera que las personas que se hacen famosas por escándalos o por aparecer en programas concursos tienen más oportunidades que los periodistas para laborar en medio de comunicación?

___SI ___ NO

12.- ¿Qué factores inciden para que los llamados famosos tengan más oportunidades para ingresar a trabajar a un medio de comunicación?

Porque las personas que ya son famosas tienen más acogida del público.

Porque es mejor ser carismático que tener un título universitario.

Porque con una persona famosa incrementa el rating.

Porque los profesionales titulados en comunicación no están capacitados.

13.- ¿Considera que el rating influye en la contratación de personajes famosos en la televisión?

- a.- SI
- b.- Casi siempre
- c.- A veces

d.- Nunca

14.- ¿Cree que es necesario participar en un programa concurso para ser presentador de un programa televisivo?

SI NO

15.- ¿Considera que la ley de Comunicación debe ser más estricta y sancionar a los canales de televisión que contratan personal empírico para la conducción de sus programas?

SI NO

Fichas de los entrevistados

Nombres: César

Apellidos: Andrade Martínez

Teléfono: 0991462412

Correo electrónico: candrade@ups.edu.ec

Cargo: Máster y Director Técnico de Comunicación y Cultura de la universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil.

Preguntas:

1.- ¿Qué opina sobre estos personajes que adquieren fama y luego pasan a ser presentadores de televisión?

Los personajes que aparecen de la noche a la mañana y ganan un espacio sin haber recibido alguna capacitación que tenga que ver con la comunicación, son recibidos por productores de las cadenas televisivas y lo que hace el medio es aprovecharse de esa imagen para vender o alcanzar un rating superior. El problema que tienen estos personajes que ingresan sin tener una preparación pero que tienen alguna habilidad, es que al final deben probar si son aceptados o no por el público. Como el caso de Briggiette Quiñónez quien se hizo conocer con el apelativo de “Mafia Chumi” al subir un video en las redes sociales, fumando drogas, insultando en la isla Trinitaria. El canal de televisión RTS la llevó a uno de sus programas y le ofreció trabajo de reportera, lo cual obtuvo resultados adversos de parte de la opinión pública.

Estas personas lo que hacen es aumentar el rating y por eso los productores las colocan en esos puestos, sin muchas veces medir las consecuencias de lo que puede causar su presencia en la televisión.

2.- ¿Qué impacto tienen en la televisión? ¿Es bueno o es malo?

Considero que si hay un personaje que tiene la capacidad y habilidad de entrar a un reality y luego ingresar en la vida de la sociedad puede ser bienvenido, sin embargo lo no se puede aceptar que estos personajes ocupen un puesto como periodista que inclusive la Ley Orgánica de Comunicación no le permite a un estudiante que tiene conocimiento sobre esta carrera, es decir, para ocupar un puesto como presentador de noticias o algún otro programa, ellos deben saber las normas de ética que exige la Ley.

3.- ¿Estos personajes ayudan a los programas de espectáculos a generar más rating?

Considero que sí y si existe la posibilidad de que estas personas se incluyan en la televisión gracias a alguna habilidad que poseen, pueden trabajar y ayudar a aumentar el rating. Como el caso de Mayra Montaña más conocida como “La Bombón” quien no es periodista, pero a pesar de eso ha sabido conducir un programa de televisión y ganarse a la opinión pública.

4.- ¿Por qué los programas de tv dedican tiempo a estos personajes que nadie conoce?

Considero que es parte de una gestión que los medios de televisión ecuatoriana realizan para medir su rating y a veces buscan vender algún estereotipo para llamar la atención, dándole toda la cobertura necesaria y ubicándolo como un personaje mediático. Por

ejemplo el caso del taxista de los “tres garrotazos” que permitió a los programas de farándula subir la audiencia e incluso algunos empezaron a disputarse para darle cobertura en sus programas.

5.- ¿Considera que es necesario tener un título universitario para poder laborar en un medio televisivo?

Si es necesario porque todos los que ocupan un cargo en donde se maneje información, que será recopilada, sintetizada, producida , para luego convertirla y difundirla, debe ser manejada por personas que tengan un conocimiento académico y tengan el título de periodista o comunicador social.

6.- ¿Cuáles son los requisitos que necesita una persona para hacerse famosa en Ecuador?

En el Ecuador se vende mucho el morbo en los medios de comunicación, que a veces piden que antes de entrar a un programa tengan una buena apariencia física, que sepan bailar, cantar, para que posteriormente ya puedan ocupar un lugar como presentador.

En lo personal considero que para ocupar un cargo en la televisión así sea de farándula se debe tener un título académico, tener experiencia en el medio de comunicación y sobre todo posea un conocimiento de cultura al momento de dirigirse a los demás. Ese sería el requisito primordial.

7.- ¿Usted quién considera que es el responsable de que estas figuras mediáticas estén en la pantalla, los productores o el público que los acepta?

Los productores son los responsables, porque ellos saben que colocando a una persona que sepa actuar y tenga ciertas habilidades, puede transmitir cierto mensaje que le guste al público y a su vez les va a rendir más en cuanto audiencia porque favorece a los intereses económicos de ellos y de los medios.

Nombre: Karla

Apellidos: López

Teléfono: 0987811827

Correo electrónico: karlalopez1986@hotmail.com

Cargo: Magister en Relaciones Internacionales y docente de la universidad laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

Preguntas:

1.- ¿Qué opina sobre estos personajes que adquieren fama y luego pasan a ser presentadores de televisión?

La misión de la Televisión debe ser educar y entretener, pero primero culturizar al televidente. Quién no se prepara durante un período adquiriendo conocimientos de historia general, redacción, articulación, dicción entre otras fortalezas en el ámbito de la comunicación social, demuestra al televidente que cualquiera que no estudia periodismo puede llegar a ser famoso o una figura mediática, sólo con el hecho de generar noticia haciendo cosas que van en contra de los valores éticos y morales que tiene una sociedad.

Por ej. si el gobierno lleva adelante una campaña contra el consumo de drogas, y yo como dueño o gerente de un canal de tv decido contratar a alguien porque aparece fumando droga en las redes sociales para generar rating en mi televisora ¿Qué lectura o análisis estoy creando en los televidentes adolescentes y jóvenes?, ¿muchos creerán que el fumar te lleva a la fama? ¿O el hacer cosas en contra de las reglas morales establecidas en una sociedad te hace más bacán e importante? Insisto quien quiera salir en televisión debe haber adquirido una preparación previa en las aulas. No es bueno siempre arriesgarse a improvisar. Un título quieras o no avala lo aprendido en el campo empírico.

2.- ¿Cuál considera que es la razón por la cual estos personajes logran tener su propio espacio en la televisión?

Ellos ganan su espacio en la televisión, porque los programas de tv compiten por el rating, sin importarles el deterioro de la calidad de los contenidos, por ello, las pantallas se llenan de personajes y temas triviales que responden al morbo y sensacionalismo. Las televisoras otorgan fácilmente espacio en la televisión a personajes sin preparación previa, a fin de multiplicar la audiencia. Recordemos si aumentan los índices de audiencias, aumenta la inversión de los patrocinadores. Los reality shows son un ejemplo claro.

3.- ¿Qué impacto tienen en la televisión? ¿Es bueno o es malo?

A un gran porcentaje de audiencia le gusta el morbo, ya que les atrae ver cosas desagradables. El impacto es negativo, ya que el lenguaje soez que usa x figura mediática de escasa preparación lo asimila el televidente. ¿Cumplimos así la misión de educar?

4.- ¿Estos personajes ayudan a los programas de espectáculos a generar más rating?

Claro que sí. El espectador recibe múltiples mensajes y participa en la construcción de estos mensajes. El espectador elige que quiere ver, busca entretenerse, las televisoras se mueven por intereses comerciales, a mayor índice de audiencia, mayor patrocinador.

5.- ¿Por qué los programas de tv dedican tiempo a estos personajes que nadie conoce?

Porque las televisoras han desarrollado la telebasura, un tipo de programación que atrae al televidente por difundir imágenes impactantes, de contenido violento, morbo. La audiencia encuentra placer en observar situación desagradable o impresionante para los protagonistas. Recordemos que los programas con formato tipo reality, talks shows entre otros, tienen bajos costos de producción y generan más réditos.

6.- ¿Considera que es necesario tener un título universitario para poder laborar en un medio televisivo?

Considero que si es necesario, ya que como periodistas debemos reflejar articulación en lo que pronunciamos (claridad en cada tema que abordamos), y capacidad de análisis y síntesis, algo que se adquiere en materias abordadas durante la Carrera. El televidente debe vernos a nosotros como un ejemplo de superación y preparación. La Ley Orgánica de Comunicación exige la formación académica como factor indispensable para el ejercer el periodismo. El artículo 42 cita textualmente "Las actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas". La profesionalización no es negociable.

Nombre: Luis

Apellidos: Mora Cedeño

Teléfono: 5028076

Correo electrónico: luismora0912@hotmail.com

Cargo: Estratega comunicacional, Gerente General-Televisora Rec. Tv y Productor del programa 'Desde tu Esquina' en Canal UNO.

Preguntas:

Entrevista al Estratega Comunicacional, Gerente General-Televisora Rec. TV y Productor del programa 'Desde tu Esquina' en Canal UNO, Luis Mora Cedeño.

1.- ¿Qué es un personaje mediático?

Es una persona que goza de fama, conocida y que llama la atención donde quiera que va tanto de la gente como de los medios de comunicación.

2.- ¿Se podría hablar de diferentes tipos de mediáticos?

Solo hay un poder mediático que engloba el sistema, es el aparato ideológico es el aparato mediático en su conjunto. Por ejemplo todo lo que dice la prensa, lo escuchamos de nuevo repetido en la televisión, y por ende en la radio.

3.- ¿Cuál sería la relación entre el rating y la contratación de personajes mediáticos?

El rating se considera la moneda de cambio para comprar y vender espacios publicitarios, y la base también para el análisis y toma de decisiones en las industrias de la Televisión y la Publicidad según las ventas aumenta la contratación de personas.

4.- ¿Cuál cree que es la razón por la cual estos personajes logran tener su propio espacio en la televisión?

Muchas veces por talento y tengo que ser honesto en aceptarlo, hay personas que sin estudiar comunicación llegan a un medio por su talento y otros por palanca.

5.- ¿Se necesita algún tipo de requisito para ser mediático, o simplemente al momento de salir en la televisión se transforman en uno?

No se necesita requisito para ser mediático, pero para estar frente a una pantalla de televisión si se necesita estudio y mucho talento, el resto viene solo.

6.- ¿Qué opina sobre estos personajes que adquieren fama y luego pasan a ser presentadores de televisión?

Talento, es talento, siempre que escalas en bien de tu imagen es porque has aprovechado tu talento para bien, pero cuando lo pierdes, has perdido todo.

7.- ¿Qué impacto tienen en la televisión? ¿Es bueno o es malo?

En las sociedades contemporáneas es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Esta influye sobre la forma de actuar o de pensar de las

personas, logra modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

8.- ¿Cuáles son los requisitos que necesita una persona para hacerse famosa en Ecuador?

Esfuerzo, dedicación, talento si tienes esto te llevara al estudio ahí estarás completo y listo para salir a las calles en busca de tu futuro.

Nombre: Héctor

Apellidos: Cáceres

Teléfono: 0969287593

Cargo: Ex productor de Vamos con Todo en RTS y actual productor del programa 'Faranduleros S.A' que se transmite en Canal UNO.

Preguntas:

1.- ¿Cómo considera a las figuras mediáticas?

Se las puede considerar como cometas, pasan brillan y se van, no tiene un sustento hay uno que otro que les llega suerte y se quedan, pero la gran mayoría por no decir todos se encienden pasan y se van.

2.- ¿Cuál sería la relación entre el rating y la contratación de personajes mediáticos?

Hay figuras que son significativas, en la actualidad hay herramientas, para saber si estos personajes rinden con el rating.

3.- ¿Cuál cree que es la razón por la cual estos personajes logran tener su propio espacio en la televisión?

Por una parte es cuestión de suerte pero en la actualidad la mayoría de presentadores de televisión del país, que trabajan de manera de empírica ya se encuentran estudiando, pues ahora la ley exige que tengan una preparación.

Ya casi no hay improvisados, si son conductores de un programa televisivo casi todos se encuentra estudiando.

4.- ¿Qué opina sobre estos personajes famosos que trabajan en medios de comunicación como presentadores pero que no tienen título y tampoco se están preparando?

El que no se prepara no va estar en televisión y ellos saben que no van a estar, por ejemplo de 100 personas hay 70 que están estudiando porque creen que van a seguir en televisión hay 30 que no estudian y esos no van a seguir, pero de los 70 que se preparen habrán 20 o 30 que se queden y 10 que más o menos triunfen y 5 que triunfen.

5.- ¿Cómo considera la medida del gobierno con la ley de comunicación en cuanto a que las personas que trabajan en televisión tienen que tener un título universitario?

Por ser extranjero no me considero con el derecho de comentar sobre las leyes que se manejan en el país, pero en parte apoyo esta ley de comunicación, sin embargo hay gente

con mucho talento, que deberían estar en televisión, sin necesidad de ir a la universidad, los que dirigen canales o medios escritos ellos sí deben ser profesionales.

6.- ¿Considera que es importante que es importante tener un contacto dentro del medio para poder trabajar?

Es mucho más fácil que no conocer a alguien, tener un contacto es básico dentro del medio a no tener nada.

Fotos



Programa Faranduleros S.A

Figura # 12



Reality Show Combate

Figura #13



Programa concurso BLN La Competencia

Figura #14



Programa Vamos Con Todo

Figura #15



Figura #16



Figura #17

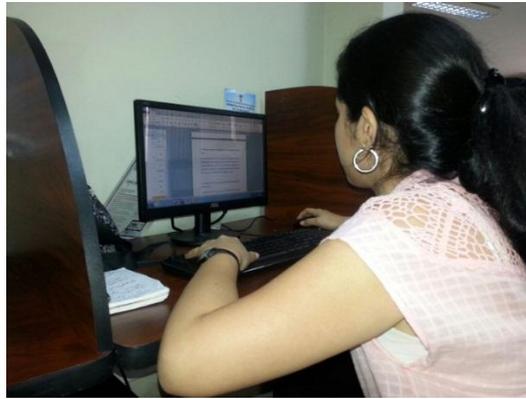


Figura #18

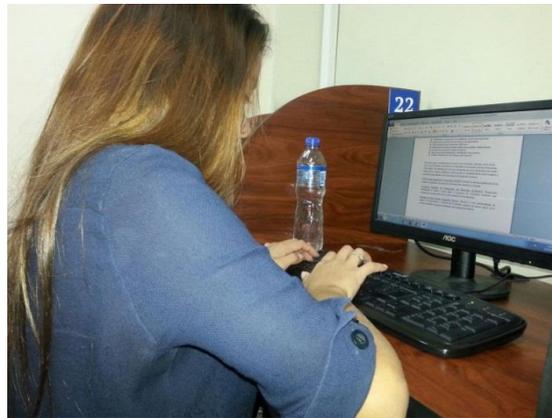


Figura #19

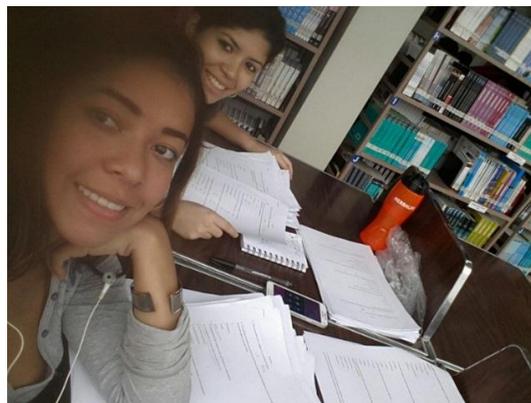


Figura #20