

PROYECTO DE PRÁCTICA TELMEX CANAL 81

MARÍA ANGÉLICA MOLINA RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
PRÁCTICAS ACADÉMICAS
PEREIRA
2011

PROYECTO DE PRÁCTICA TELMEX CANAL 81

MARÍA ANGÉLICA MOLINA RODRÍGUEZ

INFORME DE PRÁCTICA ACADÉMICA

**ASESORA DE PRÁCTICA
JOHANA GARCÍA RUIZ
COMUNICADORA SOCIAL-PERIODISTA**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
PRÁCTICAS ACADÉMICAS
PEREIRA
2011**

AUTORIZACIÓN

Yo, María Angélica Molina Rodríguez mayor de edad, vecino de Pereira, identificado con la Cédula de Ciudadanía N° 1093218878 de Santa Rosa de Cabal actuando en nombre propio, en mi calidad de autor del trabajo de tesis, monografía, trabajo de grado, informe de práctica empresarial **X**, denominado: **Onda Cultural.**

Presentado como requisito para optar el título de Comunicadora Social-Periodista, en el año 2012, hago entrega del ejemplar respectivo y de sus anexos de ser el caso, en formato digital o electrónico (CD-ROM) y autorizo a LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA, para que en los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas sobre la materia, utilice y use en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) y los demás derechos comprendidos en aquellos, que me corresponden como creador de la obra objeto del presente documento. También autorizo a que dicha obra sea incluida en bases de datos. Esta autorización la hago siempre que mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito a mi trabajo como autor.

Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982. PARÁGRAFO: La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato virtual, electrónico, digital, óptico, usos en red, internet, extranet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer.

EL AUTOR - ESTUDIANTES, manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y la realizó sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de su exclusiva autoría y tiene la titularidad sobre la misma. PARÁGRAFO: En caso de presentarse cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, EL ESTUDIANTE - AUTOR, asumirá toda la responsabilidad, y saldrá en defensa de los derechos aquí autorizados; para todos los efectos la Universidad actúa como un tercero de buena fe.

Firma,
María Angélica Molina R.
CC.1093218878
Pereira, Noviembre 29 de 2011.

TABLA DE CONTENIDO

AUTORIZACIÓN	3
TABLA DE CONTENIDO.....	4
LISTADO DE ILUSTRACIONES	6
SÍNTESIS	7
INTRODUCCIÓN	8
1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN O SITIO DE PRÁCTICA.....	9
2. PAPEL DEL COMUNICADOR	20
3. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN O IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES 20	
4. EJE DE INTERVENCIÓN	21
4.1 ANÁLISIS APLICACIÓN DE LA ENCUESTA PARA LOS INTEGRANTES DEL CANAL 81 DE TELMEX:.....	21
4.2 ANÁLISIS APLICACIÓN DE LA ENCUESTA PARA LOS TELEVIDENTES DEL CANAL 81 DE TELMEX:.....	24
5. JUSTIFICACIÓN DEL EJE DE INTERVENCIÓN.....	26
5.1 QUÉ ES LA PEREIRANIDAD?	26
6. OBJETIVOS	31
6.1 OBJETIVO GENERAL	31
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	31
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLANEADAS.....	32
8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	34
8.1 TÍTULO: ONDA CULTURAL.....	34
8.2 GÉNERO DE PRODUCCIÓN:	34
8.3 NUMERO DE CAPÍTULOS:.....	35
8.4 EMISIÓN:	35
8.5 DURACIÓN:.....	35
8.6 IDEA CENTRAL:	35
8.7 SINÓPSIS:.....	35
8.8 PÚBLICO OBJETIVO:	36
8.9 BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS:	36
8.10 TRATAMIENTO AUDIOVISUAL	36

• Dispositivo Narrativo	36
• Dispositivo Estético	37
• Dispositivo Técnico:	37
8.11 SECCIONES:	37
• El Parlante	37
• El Abecedario	37
• Perfil de Ciudad	38
• El Interrogante	38
8.12 MODELO DE CONTINUIDAD	38
8.13 NECESIDADES TÉCNICAS Y HUMANAS	39
9. CONCLUSIONES	40
10. RECOMENDACIONES	41
11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	42
12. ANEXOS	43
12.1 ANEXO A: MODELO DE ENCUESTA INTERNA	43
12.2 ANEXO B: MODELO DE ENCUESTA EXTERNA	45

LISTADO DE ILUSTRACIONES

1 Foto: Primera emisión de Noticias Telmex.....	10
2 Foto: Primer editor de Noticias Telmex Pereira.....	11
3 Foto: Primera emisión Noticias Telmex.....	12
Tabla 1: Organigrama de la empresa.....	14

SÍNTESIS

Onda Cultural es un Magazín informativo y de entretenimiento que trata temas culturales del Área Metropolitana con un enfoque investigativo, dinámico e informativo, con un hilo conductor narrativo conformado por los diferentes espacios culturales de la región, haciendo énfasis en el tema cultural de más impacto en el momento y haciendo memoria respecto a lo que encierra el término de cultura en Pereira.

DESCRIPTORES

Magazín
Identidad
Cultura
Historia
Reconocimiento
Jóvenes
Escenario
Televisión.

ABSTRACT

"Onda Cultural" is an informative and entertainment Magazine program about cultural topics of the Metropolitan Area of Pereira. The magazine has an investigative, dynamic and informative approach. The storyline is conformed by different cultural aspects of the region, emphasizing in the cultural issues of major impact at the current moment and remembering what the term culture entails in the city of Pereira.

DESCRIPTORS

Magazine
Identity
Culture
History
Recognition
Young
Stage
Television.

ONDA CULTURAL

INTRODUCCIÓN

En el siguiente informe se planteará el modelo para un Magazín Cultural juvenil, informativo y entretenido, con una propuesta audiovisual que marcará diferencia en el campo televisivo a través del Canal 81 de Telmex Pereira.

Por otro lado se evidencia la reseña histórica de esta empresa audiovisual, por medio de una investigación realizada a los integrantes del equipo técnico, administrativo, periodístico y gerencia del Canal 81, por ende resulta interesante ahondar en los inicios de esta entidad, porque es un proyecto que apenas arranca y que se concibe con muchas metas hacia largo plazo.

Además se realiza un recuento de la parrilla de programación de dicho canal, explicando brevemente el objetivo de cada programa realizado y emitido por el Canal 81. Durante este proceso de recolección de datos para identificar las fortalezas y necesidades del Canal, se ejecutó una encuesta para los empleados con el objetivo de conocer la percepción que ellos tienen sobre la programación del Canal 81, posteriormente se hizo una encuesta vía telefónica a los diferentes televidentes que participan a través de las llamadas que realizan a los programas que se emiten en directo.

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por estas encuestas se efectuó un análisis, el cual sirvió de base para plantear una propuesta audiovisual para un magazín cultural juvenil, siendo esté una de las necesidades identificadas dentro de la parrilla de programación del Canal 81 de Telmex.

Para finalizar, se plantea la propuesta audiovisual del programa cultural, como es el dispositivo narrativo, técnico y estético, la idea central y sinopsis del magazín, las posibles secciones y las necesidades técnicas y humanas que se requieren para producir Onda Cultural.

1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN O SITIO DE PRÁCTICA

1.1. RESEÑA HISTÓRICA DEL CANAL 81 DE TELMEX

Telmex Pereira Canal 81 nace de la idea de Jorge Alberto Marín, un publicista que toma la decisión de licitar para ser el operador local de Telmex en Pereira, Dosquebradas y el Área Metropolitana. En Junio del año 2010, es aceptado el proyecto y a finales del mismo año Marín decide conformar un equipo de trabajo de diez personas en principio con el objetivo de realizar un noticiero, siendo este el primer producto del Canal 81.

“En Febrero del año 2010 me presenté como personal natural para operar el canal local de Pereira y Dosquebradas y después de 4 meses Telmex Bogotá me aceptó la propuesta”, comenta Jorge Marín.

Con el transcurrir de los días el Canal 81 fue añadiendo otros programas a su parrilla teniendo en cuenta que debía cumplir con ocho horas diarias de contenido propio por cada 24 horas de emisión.

Hoy el Canal 81 produce 6 programas diarios y 4 semanales, cuenta con estudio y equipos propios además de tener una nómina cercana a las 20 personas.

“Este fue el sueño que siempre deseé cumplir, fue un proyecto que solo unos pocos me apoyaron para su realización, pero gracias a las ganas que desde el principio le puse a este proyecto, un sueño que no ha sido fácil sacar adelante. Comenta Jorge Marín Gerente de Render Comunicaciones.

El Canal 81 ha construido una televisión netamente local, donde sus televidentes sienten su cercanía con la programación y se ven identificados en ella. Por eso se implementó como eslogan “CANAL 81 EL CANAL DONDE TE VES”.

La empresa cuenta con 17 empleados, entre ellos el equipo periodístico del Noticiero Telmex Pereira, un equipo de producción, y un personal capacitado en el área de mercadeo y publicidad.

La mayoría de los periodistas que hacen parte del Canal 81 son Comunicadores Sociales y Periodistas de la Universidad Católica de Pereira, “debido a mi vinculación directa a la UCP como docente tengo una mirada de las buenas aptitudes los estudiantes y egresados de esta institución”, comenta Gustavo Colorado, Director del Noticiero.

“El equipo de trabajo del canal 81 se fue construyendo a partir de amistades y recomendaciones de las mismas, y uno de ellos es Gustavo Colorado mi amigo,

compañero y profesor, actual director y editor informativo, y fue Gustavo el que se encargó de conseguir el grupo de periodistas”, afirma Jorge Marín.

“Yo le pase la propuesta a Jorge del alquiler de las cámaras para comenzar con el noticiero, el me la aprobó y desde ese momento hago parte de la familia del Canal 81”. Expresa Deiby Ramírez camarógrafo del Canal 81.

El Canal empezó con la realización del noticiero, Noticias Telmex Pereira, con un equipo de producción reducido, un periodista, un camarógrafo que al mismo tiempo era el editor, “la primera semana del noticiero fue muy estresante, el primer día no salieron las notas por lo tanto no se hizo el noticiero ese día, al segundo día tampoco salió, así que solo salimos al aire el tercer día”, manifestó Deiby Ramírez Camarógrafo y periodista del Canal 81.



1 Foto: Primera emisión de Noticias Telmex

Noticias Telmex Pereira brinda información oportuna, veraz e independiente de hechos políticos, económicos y sociales de Pereira y Risaralda, “el canal empieza solo con la emisión del noticiero, pero poco a poco ha ido creciendo, ya somos un equipo de trabajo más grande, alrededor de 17 empleados, con una parrilla de programación de 8 programas creados dentro del Canal 81”. Comenta Jorge Marín.

“De no tener nada el 16 de Noviembre a tener un noticiero, un programa de opinión, deportes, música, institucional y entretenimiento el balance es satisfactorio, en términos de contenido estamos muy bien, ya se ha hecho una

construcción el noticiero y el canal tiene un sello personal” afirma Gustavo Colorado.



2 Foto: Primer editor de Noticias Telmex Pereira.

Durante el fortalecimiento y creación del Canal 81 de Telmex, son pocas las voces que pueden referenciar aquel momento en el que el Canal daba sus primeros pasos como un el primer canal local independiente en la ciudad de Pereira, por eso ha sido una tarea complicada su posicionamiento en la región, ya que su mayor competencia es UNE, empresa que cuenta con su canal local.

“Lo más duro para el canal 81, ha sido la comercialización. En la televisión local no existe este término, el fuerte es la radio, pero estamos rompiendo paradigmas en lo audiovisual y en términos comerciales, pues no solo se anuncia en la radio, la industria audiovisual desde el punto de vista comercial solo esta arrancando”, afirma Marín.



3 Foto: Primera emisión Noticias Telmex el 16 de Noviembre del 2010

1.2 RENDER COMUNICACIONES S.A.S

“Como el modelo de operación de Telmex es terciar la operación, es decir emitir, programar, producir y comercialización, hasta el momento solo se emitía con el primer producto del Canal que eran las noticias, pero el 25 de Noviembre del 2010 se constituyó lo que es hoy en día Render Comunicaciones S.A.S, empresa que nace para la gestión de proyectos audiovisuales, soportada en las nuevas tecnologías de la información y la convergencia tecnológica.

Las tecnologías de la información demandan en el presente y de manera más sentida hacia el futuro la producción de “contenidos audiovisuales para lo que hoy se denominan las “diferentes pantallas”: Televisión, internet y los teléfonos móviles, los videojuegos.

Render Comunicaciones posee el conocimiento, la experiencia e infraestructura para planear y ejecutar estrategias a través de las cuales las organizaciones se inicien y avancen en el campo audiovisual, apropiándose de herramientas eficientes al momento de interactuar con sus mercados reales y potenciales.

En la actualidad Render Comunicaciones opera una frecuencia de televisión local (Canal81) para la compañía de televisión por suscripción Telmex, con un área de cobertura para los municipios de Pereira y Dosquebradas, llevando su programación a más de 25.000 familias.

Las tecnologías de la información y su evolución le están demandando a las organizaciones, desarrollar experticias en el campo audiovisual.

La comunicación audiovisual cobra cada vez mayor protagonismo al momento de llamar la atención de los “clientes actuales” y “potenciales”, quienes ya no solo reciben una gran cantidad de mensajes a través de los medios de información tradicionales.

El formato audiovisual por excelencia es la televisión, este importante medio se ha venido reinventando y trascendiendo las fronteras del hogar, para desembocar en lo que hoy se conoce como “ventanas audiovisuales”, las cuales corresponden a la propia televisión, el internet, los teléfonos móviles y los videojuegos.

Cada una ha venido definiendo su espectro funcional y al final todos necesitan de manera irrestricta el mismo insumo para cumplir su función de entretener: los contenidos audiovisuales:

Es por lo anterior que muchas organizaciones hoy acuden a empresas cuya experticia se enfoca en la Gestión Audiovisual, para actualizar su plataforma de comunicación con sus clientes, usuarios y prospectos, además de aprovechar su infraestructura física y el tráfico que fluye a través de ella.

Gestionar lo Audiovisual le permite a una organización optimizar los recursos que invierte en promoción y publicidad aprovechando su infraestructura física, además de ser una opción para ser percibidos con una imagen moderna, a partir del uso de tecnologías de la información como las que se sustentan en pantallas LCD y pantallas gigantes de Leds”. **Tomado de: Compendio Reseña Histórica de Render Comunicaciones SA.S.**

1.3 MISIÓN

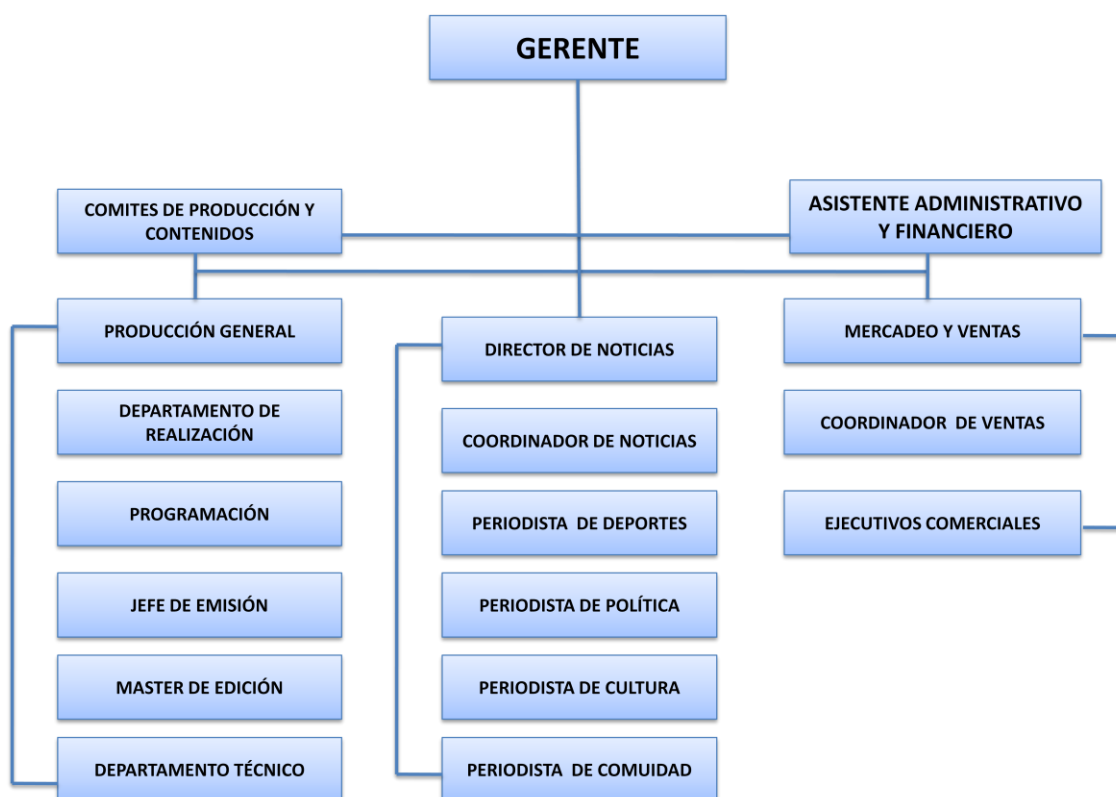
Ser el canal local de la empresa Telmex, entregando una programación con contenido basado en tres líneas principales: la migración, el proyecto Pereira 150 años y la comunidad del área metropolitana; que tienen como objetivo entretener e informar a sus televidentes.

1.4VISIÓN

Consolidarse como el primer canal local del área metropolitana reconocido a nivel nacional por sus contenidos de pertinencia y entretenimiento para con la ciudadanía Risaraldense y a través de la internet llegar a los migrantes de esta región que se encuentran repartidos por el mundo entero.

1.5 ORGANIGRAMA:

Tabla 1: Organigrama de la empresa



Fuente: elaboración propia

1.6 SERVICIOS QUE PRESTA LA ORGANIZACIÓN:

“Render Comunicaciones ofrece hoy la posibilidad de modernizar la imagen de las organizaciones a través de un ejercicio de Gestión Audiovisual, donde las pantallas y los contenidos refuercen la comunicación con sus clientes aprovechando su infraestructura física y el tráfico que circula a través de ella.

Render Comunicaciones es máster en la creación y producción de contenidos y formatos audiovisuales para empresas y organizaciones que necesitan comunicar, informar y comercializar a través de una o las diferentes plataformas tecnológicas. Ahora las empresas y organizaciones disponen de una multitud de aplicaciones y plataformas tecnológicas audiovisuales de uso masivo a costos asequibles.

Render Comunicaciones le entrega los contenidos audiovisuales de calidad profesional, los cuales pueden ser distribuidos por medios masivos publicitarios como pantallas LCD, LED y para transmitir por televisión convencional y medios virtuales en internet.

Produce, diseña y propone formatos adecuados e innovadores de su contenido publicitario o institucional de manera profesional, integrando video, animación, multimedia, subtítulos, música y otros elementos audiovisuales que se pueden integrar a diferentes pantallas o dispositivos móviles virtuales; manejarlos a través de un único administrador y agendar día, hora o lugar los contenidos digitales con sus mensajes informativos institucionales o publicitarios”. ***Tomado de:Compendio Reseña Histórica de Render Comunicaciones S.A.S.***

1.7 PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DEL CANAL 81 DE TELMEX

- NOTICIAS TELMEX PEREIRA

Información oportuna, veraz e independiente de hechos políticos, económicos y sociales de Pereira y Risaralda. Hora de emisión de lunes a viernes de 8:00 a 8:45 pm.



- LA PARRANDA TELMEX

Hernando Otalvaro Caicedo, llega a todos los hogares con ambiente de fiesta, llamadas, concursos, invitados especiales y videos musicales en “Parranda Telmex”. Hora de emisión de martes a viernes de 2:00 a 4:00 pm, sábados de 9:00 a 12:00 am.



- FÚTBOL A LA PLANCHA

Es el programa que informa la actualidad del acontecer deportivo de Pereira y Dosquebradas. Las noticias del Deportivo Pereira y resaltar el talento de los deportistas, son los grandes objetivos de “Fútbol a la Plancha”. Se emite de lunes a viernes de 7:00 pm a 8:00 pm.



- MOLIENDO KAFÉ

Gustavo Colorado y expertos invitados, analizan asuntos de ciudad y temas de interés general. Hora de emisión lunes y jueves de 8:30 a 9:30 pm.



- TIEMPO DE ROCK

Expertos en música realizan un recorrido por la historia y actualidad del género, con video clips y comentarios. Se emite los sábados y domingos de 8:00 a 8:30 pm.



- EL INFORMATIVO NARANJA

El Informativo Naranja está desarrollado en formato Magazín Periodístico, el cual muestra la cultura, idiosincrasia y sitios de interés histórico en el área metropolitana Centro Occidente, a través de un lenguaje fresco, dinámico y satírico, con lo cual se busca crear identidad en los televidentes. Se emite los domingos a las 8:30 pm.



- HOGAR DULCE HOGAR, “LA MEJOR COMPAÑÍA EN CASA”

Hogar Dulce Hogar, brinda entretenimiento e información sobre los servicios ofrecidos por la Caja y temas de interés para la comunidad, a través de diferentes secciones como: Dulces para el alma, En tu cocina, Cajita de sorpresas, Practiconsejos, Club dorado, entre otras. Su horario de emisión es de lunes a viernes de 11:00 a 12:00 am.



2. PAPEL DEL COMUNICADOR

El papel del Comunicador Social Periodista en todo medio de comunicación ya sea escrito, audiovisual o radial, es llevar un equilibrio interno para reflejar una imagen responsable, competitiva y sana de la organización, con el fin de mantener interesados tanto a los trabajadores como a los clientes, accionistas, proveedores y la comunidad en general.

Un comunicador y periodista debe informar y comunicar de manera responsable, con información veraz, oportuna y de interés para la sociedad, buscando siempre satisfacer las necesidades de la comunidad, llegando a la audiencia a través de la imagen, la palabra sea hablada o escrita con historias y noticias que generen opinión que permitan influir en la opinión pública con una aceptación masiva de todas las ideas que difunda.

Por eso mi labor y desempeño dentro del Canal 81 de Telmex en la parte de producción y realización de contenidos del programa Hogar Dulce Hogar, es hacer historias, crónicas y notas informativas, de interés para el target de dicho programa, que son las amas de casas, por lo tanto el lenguaje tiene que ser sencillo, simple pero de interés para el hogar.

3. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN O IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES

Teniendo en cuenta la labor dentro del Canal 81 de Telmex en el área de producción, el campo a intervenir será precisamente en la producción y realización de la programación del Canal 81, por lo tanto en los aspectos donde se requiere mayor intervención, son en el mejoramiento de los programas y en la creación de un programa que quizás el Canal no haya realizado hasta el momento.

Las técnicas a utilizar para la indagación de las necesidades del Canal, son una encuesta cualitativa y cuantitativa a los colaboradores de la organización, con el fin de conocer la percepción que ellos tienen acerca de la programación y el impacto que esta tiene en la audiencia; en segunda medida se realizará una encuesta similar a los televidentes del Canal 81 de Telmex, a partir de la base de datos que se tiene respecto a las llamadas que la audiencia hace a los diferentes programas que son en directo, la encuesta será aplicada a 10 televidentes y la selección será aleatoria, por último para rectificar y triangular la información, a partir de la observación se identificarán las principales necesidades en la parrilla de programación del Canal 81.

4. EJE DE INTERVENCIÓN

El eje de intervención será en el área de producción y realización del Canal 81 de Telmex, es evidente que de acuerdo a las labores dentro del canal en la pre en la pro y postproducción de los contenidos, el enfoque será identificar las necesidades encontradas en este campo.

4.1 ANÁLISIS APLICACIÓN DE LA ENCUESTA PARA LOS INTEGRANTES DEL CANAL 81 DE TELMEX:

La encuesta para los 17 integrantes del Canal 81 consta de 7 preguntas todas enfocadas a la percepción que estos tienen acerca de la parrilla de programación del canal y del impacto que tiene en la audiencia.

Para la primera pregunta acerca de cuál es el programa más atractivo para los televidentes, el 75% de los encuestados respondieron la opción **A. Noticias Telmex Pereira**, las razones por las cuales marcaron esta pregunta son:

- Por su calidad y alto contenido
- La importancia de hechos noticiosos
- Programa de más alto posicionamiento
- Programa que se identifica con el común de la gente
- La inmediatez de los acontecimientos de la ciudad
- Contenidos pertinentes.

Esta respuesta nos arroja que ellos son conscientes que a la audiencia les interesa las noticias y los acontecimientos del Área Metropolitana, y además un programa donde incentiven a los televidentes a través de premios y llamadas, ya que esto puede ser un condicionante de atracción para los televidentes.

Por otra parte un 25% de los integrantes del canal 81 marcaron la respuesta **E. Parranda Telmex**, las razones por las cuales eligieron esta opción fueron las siguientes: porque es un programa popular y musical, donde se reciben muchas llamadas, los temas son muy cotidianos y el presentador tiene buen carisma, además cada semana se rifan premios siendo este un factor que incentiva a los televidentes.

Y por último un 15% de los encuestados respondieron la opción **C. Fútbol a la plancha**, por ser uno de los programas con contenido de mayor interés para los televidentes, como es el fútbol, las noticias del Deportivo Pereira y los diferentes acontecimientos de los deportes que sobresalen en la ciudad.

A la pregunta, le gusta la variedad de programación del canal 81, el 90% de las personas contestaron que sí, solo un 10% marcó la opción No; esto quiere decir que tanto a los periodistas, como al equipo de producción y a la parte administrativa del Canal le gusta los contenidos que se están realizando y emitiendo.

Al equipo de trabajo del Canal 81 le gustaría ver dentro de su programación, un programa que esté dirigido a los jóvenes, ya que a la pregunta qué tipo de programación le gustaría ver en el Canal 81, el 50% marcó la opción **C. Un programa juvenil**.

Por otra parte un 30% respondieron la opción **A. Un programa Cultural**, esto quiere decir que resaltan la importancia que en la parrilla de contenidos del canal exista un programa con mayor información acerca de los acontecimientos culturales donde se recopile la memoria de la ciudad, teniendo como base el archivo de las notas culturales que se han realizado para la sección cultural que se implementó desde un principio en el noticiero. El 20% restante de los encuestados marcan las opciones **B. Un programa Infantil** y **D. Un programa de farándula**.

A la pregunta, considera que al Canal 81 le hace falta un espacio para la información cultural de la ciudad, el 70% de los encuestados respondieron la opción **A. Sí**, argumentando que lo que se debe hacer es reforzar y darle más importancia a los hechos culturales de la región. Pero por otra parte el 30% restante marcaron la opción **B. No**, las razones a esta respuesta son, que no hay necesidad de un programa cultural, ya que en el noticiero tenemos una sección donde resaltamos que la cultura también es noticia, y que precisamente somos el único canal regional que le da la importancia a los hechos culturales brindando un espacio informativo y educativo alrededor de estos temas coyunturales de la Región.

La encuesta se cierra con la pregunta, a qué tipo de audiencia cree usted que al Canal 81 le hace falta llegar, el 70% de los integrantes marcaron la opción **A. Jóvenes**, explicando que dentro del canal la mayoría de programas están dirigidos a las amas de casas y a los adultos, pero que los contenidos que se tienen hasta

el momento no están direccionados a una audiencia juvenil ni a los niños, pero referencian al programa El Informativo Naranja, siendo este el único programa dentro del Canal 81 como un producto dirigido a los jóvenes, por su contenido, por sus presentadores y por la estructura fresca y dinámica.

Según los resultados de la encuesta aplicada a los integrantes del Canal 81 de Telmex, se sienten contentos con los programas que están realizando y emitiendo, queriendo reforzar algunos e incluir otros, como un programa cultural, juvenil e infantil, con el fin de cubrir y satisfacer a todo tipo de audiencia, porque ellos consideran que hasta el momento la mayoría de programación está dirigida a las amas de casas, a los adultos y adultos mayores, pero muy poco a los jóvenes y niños.

Reconocen la importancia y el impacto que tiene el noticiero en los televidentes, y sobre todo la sección cultural que hay dentro de este, sin embargo consideran que es muy importante ampliar un poco más ese espacio cultural, que no solo sea en la sección del noticiero, sino que estos temas dan para realizar un programa cultural con un enfoque informativo, educativo y entretenido.

Para ellos la forma de mejorar la programación del Canal, es dándole más participación al televidente dentro de los programas, con llamadas en directo donde participen del tema del día, que tengan un contacto directo con los presentadores y con el canal, otra manera de cautivar mayor audiencia es a través de los diferentes premios que se puedan obsequiar dentro de los programas, esto incentiva y motiva al televidente, ya que su interés por los premios lo obliga a estar frente a la pantalla.

Por otro lado afirman la importancia que los contenidos de cada programa se identifiquen con la cotidianidad de los pereiranos y risaraldenses, que sean contenidos de interés, ya sean políticos, económicos, de salud o culturales; pero siempre evidenciando el día a día de la ciudad, puesto que la misión del Canal 81 de Telmex se basa en tres líneas de principales en cuanto al contenido, y una de ellas es el proyecto de Pereira 150 años y toda su Área Metropolitana con el objetivo de entretener e informar a la teleaudiencia.

4.2 ANÁLISIS APLICACIÓN DE LA ENCUESTA PARA LOS TELEVIDENTES DEL CANAL 81 DE TELMEX:

El objetivo de la encuesta aplicada a 10 televidentes del Canal 81 de Telmex, es para conocer la opinión que estos tienen acerca de la parrilla de programación del Canal.

La selección de los 10 encuestados se realizó de manera aleatoria, de acuerdo a la información que se tiene en la base de datos de las personas que llaman a los programas que se emiten en directo por el Canal 81, la encuesta se aplicó por vía telefónica.

La encuesta consta de 7 preguntas, con la opción de marcar más de una respuesta si lo desea, lo que se busca con esta encuesta es conocer el tipo de audiencia que ve los programas del Canal 81, por lo tanto se preguntó por su ocupación, edad y barrio.

De las 10 personas encuestadas dos eran estudiantes, una persona es guarda de seguridad, dos trabajan independiente, tres amas de casas un comerciante y una manicurista.

El rango de edades de los encuestados es el siguiente, dos personas de 20 a 22 años, tres personas de los 30 a los 35 años, tres de los 41 a los 49 años y dos de 50 años en adelante. Esto quiere decir que el 80% de los encuestados son adultos y adultos mayores, con diferentes ocupaciones como amas de casas y trabajadores ya sean independientes o de alguna empresa y solo un 20% son jóvenes universitarios, se puede evidenciar que son más las personas adultas las que ven los programas del Canal 81 que los jóvenes.

De acuerdo a la pregunta, en que barrio reside actualmente, el 50% de los entrevistados viven en Dosquebradas, exactamente en barrios como: Campestre B, Bosques de la Acuarela, San Marcos, Santa Teresita, La Macarena y el Limonar, un 40% residen en Ciudadela Cuba y solo un 10% en el Parque Industrial.

La encuesta inicia con la pregunta ve usted el Canal 81 de Telmex, el 100% respondió la opción **A. Si**. Esta pregunta resulta obvia ya que si estas personas aparecían en la base de datos de las llamadas a los programas, es porque alguna vez han visto el Canal 81 de Telmex.

La pregunta siguiente es una de las más importantes porque con su respuesta podemos conocer cuál es el programa más visto por los televidentes, a la pregunta, De los programas del Canal 81 de Telmex ¿cuál es el programa que

más le gusta? las opciones de respuesta iban desde la letra a hasta la k, nombrando todos los programas que se realizan y se emiten en el Canal 81.

El 40% de los encuestados marcaron la opción **E. La Parranda Telmex**, las razones del porque les gusta más este programa que los demás son: “porque es un programa musical, y la música es muy buena, los cantantes que invitan al programa son excelentes y el presentador es muy animado, carismático y esto hace que el programa sea muy entretenido”.

Por otra parte un 30% de las personas contestaron la opción **A. Noticias Telmex Pereira**, las razones por las que marcan esta opción es, “porque es un noticiero muy completo y nos informan sobre los acontecimientos de la ciudad”.

Y el 20% restante marcan la opción **C. Fútbol a la Plancha**. “Porque es un programa donde muestran las noticias del Deportivo Pereira y la información de la Liga Postobón”.

Es evidente que el programa que más les gusta a las personas encuestadas es La Parranda Telmex, presentado por Hernando Otálvaro Caicedo, siendo este un programa de música popular, una género muy reconocido en esta región, por lo tanto los televidentes se identifican con este tipo de música y con los artistas invitados a estudio, además es un programa que mantiene una constante interacción con la audiencia a través de las llamadas durante la transmisión del programa y un valor agregado es que el presentador tiene carisma y mucha simpatía.

A la pregunta ¿en qué horarios ve usted el Canal 81?, EL 60% de las personas respondieron de 2 a 4 pm, y es precisamente en este horario donde se emite de martes a sábado el programa La Parranda Telmex, un 30% marcó la opción **G. de 8 a 10 pm**, horario en el que se emite Noticias Telmex Pereira y un 10% sintoniza el canal de **10 a 12 Pm**, hora en la que se reemite el noticiero.

La siguiente pregunta es importante para conocer qué días ven con más frecuencia la programación del canal, por eso para la pregunta ¿qué días ve usted con más frecuencia el Canal 81?, el 50% marcó la opción **D. Todas las anteriores, esto quiere decir que la mitad de los encuestados ven el canal de lunes a viernes como los fines de semana**, y el otro 50% señaló la opción **A. De lunes a Viernes**, las razones por las cuales marcaron esta opción, es porque es en estos días donde ven el noticiero y La Parranda Telmex.

Para la pregunta ¿qué tipo de programa le gustaría ver en el Canal 81 de Telmex?, el 40% de los televidentes encuestados respondieron que les gustaría ver un **programa de humor**. Un 30% respondió que les gustaría ver un **programa cultural**, por otro lado el 20% respondió la opción **C. un programa juvenil**, y a un 10% les gustaría ver un **programa ecológico**.

La sexta pregunta de la encuesta es, ¿qué es lo que más le gusta de los programas del Canal 81?. El 30% de los televidentes encuestados telefónicamente marcaron la opción **A. El contenido de los programas**, el otro 30% respondió que lo que más les gusta son **los presentadores**, a un 20% les gusta el horario de emisión de los programas y al 20% restante marcaron la opción **F. Todas las anteriores**, es decir el contenido, los presentadores, el horario, los premios y las llamadas.

La encuesta finaliza con la pregunta, ¿considera que al Canal 81 le hace falta un espacio para la información cultural de la ciudad?, las opciones eran Sí o No, y el 90% marcó la opción **A. Sí**, solo el 10% dijo que no.

Este fue el resultado de la encuesta aplicada a 10 televidentes del Canal 81 de Telmex, televidentes que se encuentran registrados en la base de datos de las llamadas que hacen a los programas que se emiten en directo y que fueron escogidos de manera aleatoria, es una muestra representativa, ya que el Canal solo lleva 11 meses al aire y su comercialización no ha sido mucha, por lo tanto es un Canal Local nuevo en la ciudad y por supuesto nuevo para los 30.000 suscriptores de Telmex donde los estratos 3 y 4 de Pereira, Dosquebradas y el Área Metropolitana son el 60% de esos suscriptores.

5. JUSTIFICACIÓN DEL EJE DE INTERVENCIÓN

5.1 QUÉ ES LA PEREIRANIDAD?

Preguntarse por la pereiranidad se podría entender como una reflexión por la identidad de una sociedad que se estableció en un lugar, generando rasgos particulares, símbolos, creando sus propios mitos, sus héroes, viviendo experiencias y con ellas generando historias, que con los años se han ido convirtiendo en un pasado, en un cúmulo de datos, fechas, acontecimientos, que si son escritos, fotografiados, filmados o grabados se convierten en historia.

En la ciudad de Pereira existe una tradición innegable que se ha construido desde el imaginario que subyace en el eje cafetero, una sociedad de montaña que a fuerza de “tesón” se abrió camino en la maleza; así se establecieron gustos, frases, intereses comunes y rasgos que empezaron a generar una cultura específica.

La arepa; la ciudad de las puertas abiertas; la querendona, trasnochadora y morena; personajes como Jorge Roa Martínez, fundador de la Universidad

Tecnológica de Pereira; Remigio Antonio Cañarte, líder del convite que promovió la construcción del aeropuerto Matecaña y el estadio Hernán Ramírez Villegas, son pocas de las cosas que han hecho de Pereira algo único, con una historia propia.

Como se puede leer, en Pereira hay visos de lo que es su historia y en ella un camino para encontrar la identidad, es decir, los hechos, el lugar y sus personajes están, pero los esfuerzos que diferentes personas e instituciones han hecho por perpetuar y sistematizar estas tradiciones y eventos que han hecho parte de un ayer, para reactualizarlos y traerlos a un ahora, al parecer no han sido suficientes.

La pereiranidad aguarda en un estado de suspenso, como de “*stand by*”, hay indicios que la insinúan, pero tal vez los esfuerzos por establecerla requieran un nuevo camino de registro, de comunicación y difusión. Se piensa que los esfuerzos no han sido suficientes para establecer una identidad plena, sólida en la que un pereirano defina lo que es su esencia cultural, porque en ocasiones señalar lo que es la pereiranidad resulta difuso.

En Pereira se habla de que existe un conjunto de tejidos sociales, es decir, diversas “pereiranidades” que forman un entramado cultural que aún no se esclarece, quizá en lo multi-cultural exista una clave, pero eso aún se sigue reflexionando.

Si bien existen rasgos particulares de distintas comunidades que convergen en un mismo escenario, rituales compartidos de ciudad, lugares comunes de socialización, comederos tradicionales (de diferentes regiones y gastronomías), así como parques en los que se ha tejido la historia de los pereiranos, esa mixtura social aún no se reconoce con totalidad en algo que podría denominarse como “el espíritu de lo pereirano”, es decir, en ese sentir que hace que una persona se reconozca, se vea reflejado en algo, en alguien.

Una ciudad en la que dialogan diferentes formas de ver el mundo, con las problemáticas de un lugar como las que se suscitan en Pereira, resulta conveniente entenderla como un escenario en el que: “*Tenemos que imaginar el mundo como un “espacio público” (como sugiere Habermas) una “sociedad civil” en la cual se enfrentan proyectos y versiones diferentes. Antagónicas o complementarias. (Ortiz, 1994, p. 317).*

Ahora bien, en realidad los párrafos anteriores pretendían un contexto a la problemática que nos atañe, sin embargo es válido, en una propuesta de un programa juvenil y cultural para una ciudad como Pereira, discutir al menos un poco ese fenómeno de lo que es la pereiranidad.

Se deja el terreno, entonces, para la antropología y la sociología, que por sus objetos de estudio son más pertinentes para abordar el problema de identidad de Pereira.

Se mencionaba en párrafos anteriores que la identidad, esa que yace en historias, personajes y espacios aún por narrar, se necesita que no sólo desde la imagen, sino también que desde distintos lenguajes se piense y se re-signifique, dándole luz a las manifestaciones culturales que hacen de esta región algo propio.

El camino está trazado, es decir, que la situación propone una ciudad con potencialidad de ser contada, paralelo a ello emerge un canal local con la búsqueda de producir contenidos que cuenten su propia región; haciendo noticioso su entorno, preocupándose, como su eslogan lo indica: *“el canal donde te ves”*, que su sociedad tenga una mirada y sea vista a la vez, como un efecto dialéctico.

Por otra parte, si se entiende a esta región, a esta ciudad desde su característica multicultural, Pereira es una ciudad que por su imaginario comercial y turístico, de “puertas abiertas”, le da la bienvenida a muchas personas, así mismo, su condición como parte del triángulo del café permite que su espacio sea recorrido por cientos de personas diariamente. Lo anterior sin contar la llegada de comunidades indígenas Emberas, así como comunidades negras desde el Chocó y campesinos de municipios circunvecinos.

Entonces la complejidad de historias, así como la cantidad de vidas por ser contadas hacen aún más rico este “tablado” para proponer televisión y mucho más lenguajes audiovisuales para el sector juvenil y cultural que en muchas ocasiones su voz no tiene eco, de todas formas la idea no es quedarse renegando los mismos “peros”, porque el espacio ahora existe y con conciencia de que:

Para Maldonado (2000):

“(…)formamos una sociedad heterogénea, con distintas formas de relacionarnos entre nosotros y con el entorno, es decir, con distintos proyectos culturales y de alguna manera, con varias raíces étnicas en el comienzo de nuestra nacionalidad, variedad étnica que constituye nuestra mayorriqueza”.(Recuperado de <http://www.utp.edu.co/~humanas/revistas/revistas/rev22/maldonado.htm>).

Por lo anterior, más que pensar en crear una identidad homogénea, lo ideal sería promover proyectos, imaginarios, símbolos y en fin una serie de iniciativas que recopilen la memoria, creando archivo de una historia propia, sin llegar a pensar o a discutir (en principio) si hay una identidad homogénea, heterogénea, o cualquier tipo de identidad que pueda existir. El punto central, es empezar a construir las discusiones de cómo esa identidad empieza a hacerse visible y qué mejor que un programa magazín en el que las nuevas voces empiecen a apropiarse de la forma en que su propia ciudad se construye discursivamente en la televisión.

Quizás encontremos en libros, revistas, en archivos fotográficos y en la web, “lecturas” de la historia de Pereira, de sus personajes y efemérides, pero son lecturas y miradas que por un lado se han convertido en lugares comunes, y por otro pareciera que sus formatos hacen del contenido algo poco atractivo (a excepción de la web), cosa que no se asegura aquí por pertinencia, pero que sería importante averiguar.

Las nuevas propuestas narrativas e innovadoras son los discursos que los jóvenes están exigiendo y esa misma población (target) a la que muy poco la historia y la cultura los ha motivado no es estúpida, ni mucho menos, se cree en ese sentido que no es un problema de contenidos en sí, sino de la forma en que esos contenidos son ofrecidos... No porque sean los fenómenos de la historia y la cultura problemas elevados, de connotaciones intelectuales, debe resultar la forma un “ladrillo”, como vulgarmente se le describe al “tedio audiovisual”.

Esta propuesta audiovisual pretende ser un magazín que narre todas esas expresiones culturales que a través del tiempo se han gestado en esta ciudad y que no han tenido un reconocimiento audiovisual, un programa que dé a conocer las voces y obras de sus artistas, que cuente las expresiones culturales y personajes que habitan sus calles: el manguero, el vendedor de chontaduro, el cantante de la Plaza de Bolívar y todo aquel o aquella que en su hacer y su ser aguarde la esencia escondida de lo pereirano.

Por esta razón crear el modelo para un Magazín Cultural Juvenil que sea emitido a través del Canal 81 de Telmex, resulta necesario e importante de acuerdo a lo planteado anteriormente. Lo que se debe hacer es empezar a identificar lo que muchos proyectos hasta el momento no han hecho: la calle y sus historias.

Hacer un programa no desde la institucionalidad, que es un problema en el que la producción de esta ciudad cae con facilidad, sino desde la voz e imagen del pueblo, hacer un híbrido entre lo que fuimos lo que somos y lo que seremos.

Cabe resaltar que el Canal 81 de Telmex con el primer producto que inició fue con el Noticiero, desde ese primer producto audiovisual sus productores pensaron e incluyeron los temas culturales como parte fundamental del noticiero, de ahí surge la sección cultural que hay en Noticias Telmex Pereira, no es gratuito que su frase

de cambio de “deportes” a la sección cultura sea: “porque la cultura también es noticia”.

Desde este punto de vista, un magazín cultural juvenil refuerza el sello que hasta el momento ha obtenido el noticiero con esta sección cultural. Durante los 11 meses de emisión de las noticias, el periodista cultural se ha encargado de hacer un archivo con todas las notas en torno a la cultura, como eventos, conciertos, perfiles a diferentes artistas, crónicas a aquellas personas que nadie les ha reconocido su talento artístico. Este material sirve como base para la creación de algunas de las notas que se emitirían dentro del magazín.

El contenido narrativo del magazín se apoyará en las diversas maneras de contar la ciudad desde su misma “escenografía urbana”: arquitectura e infraestructura, pues éstas nos brinda una imagen natural que no es impuesta, así mismo las personas que habitan estas formas poseen una estética, y la ciudad en general brinda unos símbolos e imaginarios que serán la base para encontrar y potenciar la identidad que juega a las escondidas.

Por otra parte, es importante mencionar que la televisión cuenta con una aliada mediática que es la internet, en cuanto la generación de marca, la web brinda la posibilidad de postear cada emisión del magazín en páginas como Facebook, Youtube y Twitter, eso como una buena opción para cautivar a los jóvenes y eliminar la idea que se tiene por parte de la juventud de que los temas culturales son tediosos y poco seductores.

Por lo anterior plantear y realizar un programa cultural juvenil, le aporta muchos beneficios al canal como empresa, ya que se potenciaría la marca a través del mercadeo por la internet, actividad que en un principio se realizaba con cada nota relevante del noticiero, que en principio era subida a diferentes redes sociales como Youtube y Facebook. Es evidente que esta forma de mostrar los productos es muy utilizada por la audiencia y más por los jóvenes.

Para Maldonado (2000):

“Los jóvenes que comparten con los otros jóvenes del resto del mundo su gusto por la CocaCola y las comidas rápidas, los video juegos y el zapping, participan de la cultura de la globalización, usan la ciudad a su manera y la desean con edificios más altos y avenidas más rápidas, pues como hijos de su época, viven el paradigma informacional y tienen otra idea de la pereirinidad”. (Recuperado de <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev22/maldonado.htm>).

Ahora bien, hay que aclarar que los beneficios no son sólo para el Canal 81, sino que para los televidentes de la región resultaría un producto totalmente novedoso, donde el reconocimiento de su propia teleaudiencia será el factor diferenciador y el camino para que el mismo programa se posicione, puesto que brinda un tipo de información diferente a lo que acostumbramos ver en las noticias, o en los “realities”.

Onda cultural es el programa que necesita el Canal 81 de Telmex, la audiencia de la ciudad-región, la academia y los jóvenes, pues con este tipo de magazín se brinda inclusión no sólo a la juventud en temas coyunturales como la cultura y el arte, sino a toda la ciudad, haciéndola parte de una estética audiovisual que hace falta y que ha de narrar de manera diferente la historia de sus personajes y sus calles.

6. OBJETIVOS

6.1 OBJETIVO GENERAL

Crear el modelo para un magazín cultural juvenil que se emita por el Canal 81 de Telmex que responda a las políticas del canal, haciendo memoria de los 150 años de Pereira resaltando la importancia que tiene los temas culturales para el Canal 81, además apuntarle a las necesidades de la audiencia, que a través de Onda Cultural los riaraldenses se reconozcan e identifiquen su propia historia.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Rescatar y resaltar la memoria e historia de los 150 años de Pereira y el Área Metropolitana.
- Apoyar los eventos culturales que se realizan en la ciudad.
- Cautivar a la juventud, audiencia que hasta el momento no ha incluido el Canal 81.
- Ampliar el espacio que tiene la cultura dentro del Canal 81.
- Hacer uso de la importancia que tiene para un producto audiovisual la convergencia de medios, por lo tanto la idea es postear los capítulos de Onda Cultural en las redes sociales como: Twitter, Facebook y Youtube.
-

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLANEADAS

Actividades	Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Recorrido por el Canal 81, conocer cada área que conforman la empresa																												
Utilizar la técnica de observación para detectar las necesidades en el área de producción, postproducción y emisión de la programación.																												
Hacer reseña histórica, recogiendo testimonios de los integrantes del canal. (visión, misión, organigrama y política de calidad).																												
Creación de la encuesta para conocer la percepción de los integrantes del canal 81																												

[illegible]

8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

8.1 TÍTULO: ONDA CULTURAL

Este título se ajusta de manera oportuna al objetivo del Magazín Cultural Juvenil, ya que la palabra onda, como su definición lo indica, es una vibración que se propaga en el vacío o en el aire generando un efecto, en este caso la onda será esa energía con la que se transmitirán los temas, las historias que viajarán a través de la televisión hasta llegar a su audiencia potencial.

También se puede pensar en la palabra onda desde el uso lingüístico que las comunidades juveniles le hacen a ésta como significado del estado de ánimo o la disposición de una persona para ser: *¡qué buena onda tiene!, de pura onda, con toda la onda...*

No sobra señalar que el componente cultural no sólo se entiende desde su acepción quizá más común, pero así mismo reduccionista del término, es decir, cuando se interpreta por cultural sólo su relación con lo artístico, los gustos de “élite” y un cúmulo de imaginarios que hacen pensar lo cultural como algo compuesto, de sentidos profundos, por no decir “ladrilludos” que en vez de atraer aterrorizan como si fuera un libro grueso, lleno de polvo y letra diminuta...

De alguna forma el magazín es una empresa que pretende que el término cultura sea entendido como lo señala Clifford Geertz: *“como una red o urdimbre de significados socialmente compartidos y comprendidos por un colectivo en un momento determinado”* (Recuperado de <http://manizaleslienzo.260mb.com/index.html>).

8.2 GÉNERO DE PRODUCCIÓN:

Se realizará un Magazín Cultural Juvenil, ya que este formato permite mostrar los temas culturales desde diferentes enfoques, un magazín plantea la posibilidad de exhibir variedad de formas de tratamiento del tema en un mismo producto, a través de lo que conocemos como las secciones.

8.3 NUMERO DE CAPÍTULOS:

El Magazín Onda Cultural se desarrollará en 24 capítulos, un capítulo por tema.

8.4 EMISIÓN:

Se emitirá por el Canal 81 de Telmex una vez a la semana con remisión esa misma semana.

8.5 DURACIÓN:

La duración será de 26 minutos divididos en tres secciones cada una de 8 minutos.

8.6 IDEA CENTRAL:

Onda Cultural es un Magazín informativo y de entretenimiento que trata temas culturales del Área Metropolitana con un enfoque investigativo, dinámico e informativo, con un hilo conductor narrativo conformado por los diferentes espacios culturales de la región, haciendo énfasis en el tema cultural de más impacto en el momento y haciendo memoria respecto a lo que encierra el término de cultura en Pereira.

8.7 SINÓPSIS:

Dos jóvenes (hombre y mujer) serán los presentadores del Magazín juvenil Onda Cultural, la nueva propuesta audiovisual que será emitida a través del Canal 81 de Telmex, un producto informativo e investigativo enfocado a los temas culturales de Pereira y la región, artistas, pintores, cantantes, compositores y eventos culturales serán los protagonistas de este magazín cultural.

8.8 PÚBLICO OBJETIVO:

El público objetivo será todos los jóvenes desde los 15 hasta los 35 años de edad, donde llega la señal de Telmex para el canal 81: Pereira, Dosquebradas, Santa Rosa de Cabal y la Virginia, de cualquier estrato social y ocupación.

8.9 BENEFICIARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS:

- Directos: Jóvenes de Pereira y el Área Metropolitana, ya que uno de los objetivos principales de Onda Cultural es incluir la voz de esta audiencia en temas tan coyunturales para la ciudad como lo cultural. Otros de los beneficiarios directos son artistas y en general todas aquellas personas como pintores, cantantes, músicos, productores, etc, porque serán éstos los protagonistas del Magazín.
- Indirectos: entes gubernamentales, pues se pretende que Onda Cultural sea un archivo histórico de lo que identifica a Pereira y sus alrededores desde intereses y enfoques de lectura de ciudad que poco se han planteado para “escribir” o sistematizar la cultura en la región.

8.10 TRATAMIENTO AUDIOVISUAL

- Dispositivo Narrativo

El magazín ONDA CULTURAL será conducido por una pareja de presentadores (hombre y mujer jóvenes) quienes desarrollarán el tema de cada programa, desglosando y haciendo más asequible los contenidos.

Ellos tendrán a su vez la responsabilidad de contextualizar y mandar a cada “vtr” o sección del magazín, a través de un discurso fresco y ágil, un lenguaje en el que los jóvenes se vean reflejados en primera instancia, pero que esté abierto a otros segmentos de audiencia, es decir, que un anciano o un niño encuentren agradable el espacio audiovisual.

- Dispositivo Estético

Para el magazín Onda Cultural será muy importante la escenografía, por lo tanto no se realizarán las presentaciones de los presentadores en un estudio cerrado, sino por el contrario se usará como escenario la calle, a esto se le conoce como “set móvil”; para este estilo de set, se utilizará un distintivo que identifique al programa, ya sea un pendón, unas sillas un sofá, para que durante las entradas de los presentadores, los televidentes identifiquen que se trata de Onda Cultural. Por otra parte los colores, planos e iluminación serán frescos, colores vivos, no se utilizará mucho el trípode, sino que se pretende que los planos sean con cámara en mano, en formato 16:9 a 24p. Al hombro siempre, además para los “vtr” de cada sección se harán apoyos de contexto del lugar o personaje a entrevistar.

- Dispositivo Técnico:

Para Onda Cultural los recursos técnicos, serán los siguientes: dos cámaras Mini Divi en formato NTCS 16:9 X 24p para las presentaciones en el set móvil, y para los “vtr” una sola cámara, micrófonos inalámbricos de solapa tanto para los presentadores como para los entrevistados o invitados en estudio. Trípode para las entrevistas o algunas imágenes de apoyo y un monopot para realizar entrevistas.

8.11 SECCIONES:

- El Parlante

El parlante es una de las secciones más importantes del Magazín Onda Cultural, es una sección de vox pop en la que la gente da sus opiniones sobre el **TEMA** tratado durante el programa, el objetivo de esta sección es mostrar lo que piensan los transeúntes, comerciantes, estudiantes, universitarios y cualquier tipo de ciudadano del tema a tratar en cada programa.

- El Abecedario

Es una sección donde una persona invitada comenta un libro y lo recomienda, la idea es que con el tiempo la gente se inscriba y pueda participar de la recomendación de su libro o lectura de preferencia.

- Perfil de Ciudad

En esta sección se hace una entrevista a una banda musical, artista o personaje que se desempeñe en el ámbito cultural, es importante reconocer el ambiente en el que se desarrolla la actividad del personaje o invitado.

- El Interrogante

Esta sección es la que le da contexto al tema a desarrollar durante el programa, puede ser un especialista comentando sobre el tema una voz en off con mix de imágenes que contextualicen la temática.

8.12 MODELO DE CONTINUIDAD

Tabla 1: Continuidad Onda Cultural

CONTINUIDAD ONDA CULTURAL	
FECHA: ENERO 1	HORARIO DE EMISIÓN: 9:00- 9:30 PM
TEMA DEL DÍA: EL TANGO	
DURACIÓN	SECUENCIA
30"	CABEZOTE
2'	SALUDO PRESENTADORES INTRODUCCIÓN AL TEMA DEL DÍA.
5'	BLOQUE DE VTRS NOTAS CULTURALES DEL NOTICIERO
4'	PRESENTADORES HACEN COMENTARIOS DE LOS VTRS
4'	PRESENTADORES CONTINUAN EL TEMA DEL DÍA.
3'	1 ER CORTE A COMERCIALES
3'	ENTRAN PRESENTADORES Y CONTINUAN TEMA DEL DÍA.
3'	SECCIÓN EL PARLANTE
2'	COMENTAN LA SECCIÓN Y MANDAN EL ABECEDARIO
3'	SECCIÓN EL ABECEDARIO
5'	ENTRAN PRESENTADORES Y CONTINUAN TEMA DEL DÍA.
2'	SECCIÓN EL INTERROGANTE
4'	PRESENTADORES HACEN COMENTARIOS DEL VTR.
3'	2 DO CORTE A COMERCIALES
5'	ENTRAN PRESENTADORES Y CONTINUAN TEMA DEL DÍA.
3'	SECCIÓN PERFIL DE CIUDAD
5'	ENTRAN PRESENTADORES CONCLUYEN CON EL TEMA Y SE DESPIDEN

Fuente: elaboración propia.

8.13 NECESIDADES TÉCNICAS Y HUMANAS

Para la realización y producción del Magazín ONDA CULTURAL, se necesitan dos presentadores un hombre y una mujer jóvenes, dos camarógrafos para las presentaciones de los presentadores, un realizador y un asistente de producción.

En el Canal 81 de Telmex contamos con todo este equipo humano que se requiere para hacer realidad Onda Cultural, pero se logran identificar algunas necesidades técnicas como, la disponibilidad de cámaras y camarógrafos y la falla en algunos micrófonos que son necesarios para el magazín.

9. CONCLUSIONES

- El modelo planteado para el magazín Onda Cultural resulta pertinente para la producción del canal 81 por varias razones, en su parrilla el Canal no cuenta con un programa con la naturaleza con la que se ha diseñado el magazín; segundo, el área comercial puede encontrar un nicho de inversión es el escenario cultural, el cual poco se ha explorado en la industria cultural de la ciudad.
- La ciudad de Pereira en muchos espacios busca la consolidación de su identidad. Constantemente busca ratificar sus propias voces, configurar su historia como un mito; el magazín resulta un camino para movilizar ese proyecto de ciudad que desde diferentes órbitas persiguen distintos actores, que ahora tienen en onda Cultural un nuevo aliado.

10. RECOMENDACIONES

- Cada emisión del magazín Onda Cultural debe estar construida desde un guión, que permita darle unidad narrativa desde el papel, es decir, no se puede producir desde la especulación de los contenidos, sino que todo el programa debe estar previamente pensado. Por lo anterior se sugiere, de acuerdo al ritmo de trabajo observado en el canal 81, que antes de la primera emisión el programa tenga el respaldo de 5 programas finalizados, lo que asegura que su continuidad no esté en riesgo.
- El magazín recae imaginariamente desde el impacto visual y discursivo que hay en sus presentadores, por esa razón el casting debe ser muy cuidadoso, pues debe encontrarse en este ejercicio jóvenes que proyecten todo el valor simbólico e ideológico que desde los cimientos del proyecto de Onda Cultural se ha planteado.
- La sección cultural del noticiero tiene en su haber una memoria recogida en un año de labores, es muy importante que el archivo de cassettes MINI-DV tenga una clasificación rigurosa, pues además de ser material importante para la producción del magazín, en ellos habita la esencia de la búsqueda que pretende el programa por perpetuar la memoria y es preservar las historias, el tiempo y el espacio de lo acontecido en la ciudad.
- Es importante que el magazín Onda Cultural esté enganchado desde una propuesta comercial en la que se puedan involucrar universidades, papelerías, librerías, museos, instituciones culturales, pues el programa debe ser un “pívor” de sus bienes y servicios, así como de sus actividades, por otra estos escenarios deben ser de forma dialéctica lugares donde se disperse el eco de la Onda Cultural.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ORTIZ, Renato. *Otro territorio*. TM Editores. Bogotá. Tercer Mundo, 1994. 317 p.
- MALDONADO, Fernando. (2000). *La Pereiranidad o el tejido de las identidades*. <http://www.utp.edu.co/~chumanas/revistas/revistas/rev22/maldonado.htm>. (23 Sept. 2011).
- ROBAYO, Jhoanna Carolina *Construyendo arte y cultura*. <http://manizaleslienzo.260mb.com/index.html>. (16 Nov. 2011).

12. ANEXOS

12.1 ANEXO A: MODELO DE ENCUESTA INTERNA

MODELO ENCUESTA INTERNA: PROGRAMACIÓN DEL CANAL 81 DE TELMEX UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA 2011

OBJETIVO: Conocer la opinión de los integrantes del Canal 81 de Telmex, acerca de la parrilla de programación del Canal.

Datos generales:

Cargo: _____

Edad: _____

Sexo: _____

Marque con una X la respuesta que considere pertinente para cada pregunta, puede marcar más de una opción.

1. De la parilla de programación del Canal 81, ¿cuál cree que es el programa más atractivo para los televidentes?
 - a. Noticias Telmex Pereira
 - b. Hogar Dulce Hogar
 - c. Fútbol a la Plancha
 - d. Moliendo Café
 - e. Parranda Telmex
 - f. Informativo Naranja
 - g. El Tocadoiscos
 - h. Candidatos en Escena
 - i. Tiempo de Rock
 - j. Todas las anteriores
 - k. Ninguno

Por qué: _____

2. ¿Le gusta la variedad de programación que ofrece el Canal 81?
 - a. Si
 - b. no
3. ¿Qué tipo de programa le gustaría ver en el Canal 81 de Telmex?
 - a. Programa Cultural
 - b. Programa Infantil
 - c. Reality
 - d. Humor
 - e. Programa Juvenil
 - f. Programa de Farándula
 - h. Programa Ecológico
 - i. Programa Religioso
 - g. Otros

4. Si tuviera la posibilidad de realizar un programa dentro del canal ¿Qué tipo de programa sería?

5. Según el programa que usted realizaría para el canal, ¿en qué horario lo emitiría?

- | | |
|--------------------|---------------------|
| a. De 8 am - 9 am | e. De 10 pm – 12 pm |
| b. De 10 am -11 am | f. De 6 pm – 8 pm |
| c. De 4 pm – 6 pm | g. De 11 am – 12 pm |
| d. De 8 pm – 10 pm | h. De 2 pm – 4 pm |

6. ¿Considera que al Canal 81 le hace falta un espacio para la información cultural de la ciudad?

- a. Si b. no

7. ¿A qué tipo de audiencia cree usted que al Canal le hace falta llegar?

- a. Jóvenes
- b. Amas de casas
- c. Niños
- d. Adultos
- e. Adultos Mayores

12.2 ANEXO B: MODELO DE ENCUESTA EXTERNA

**MODELO ENCUESTA EXTERNA: PROGRAMACIÓN DEL CANAL 81 DE TELMEX
PROYECTO DE PRÁCTICA
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
2011**

OBEJTIVO: El objetivo de la siguiente encuesta es conocer la opinión de los televidentes del Canal 81 de Telmex, acerca de la parrilla de programación del Canal.

Datos Generales:

Nombre: _____

Ocupación: _____

Edad: _____

Estrato: _____

Marque con una X la respuesta que considere pertinente para cada pregunta, puede marcar más de una opción.

1. ¿Ve usted el Canal 81 de Telmex?

a. Si b. No

2. De los programas del Canal 81 de Telmex, ¿cuál es el programa que más le gusta?

a. Noticias Telmex Pereira
b. Hogar Dulce Hogar
c. Fútbol a la Plancha
d. Moliendo Café
e. Parranda Telmex
f. Informativo Naranja

g. Tocabiscos
h. Candidatos en Escena
i. Tiempo de Rock
j. Todas las anteriores
k. Ninguno

Porqué: _____

3. ¿En qué horario ve usted el Canal 81?

- | | |
|------------------|------------------|
| a. De 8 a 9 am | e. De 4 a 6 pm |
| b. De 10 a 11 am | f. De 6 a 8 pm |
| c. De 11 a 12 am | g. De 8 a 10 pm |
| d. De 2 a 4 pm | h. De 10 a 12 pm |

4. ¿Qué días ve usted con más frecuencia el Canal 81?

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| a. De lunes a viernes | c. Todas las anteriores |
| b. Los fines de semana | d. Ninguna de las anteriores |

5. ¿Qué tipo de programa le gustaría ver en el Canal 81 de Telmex?

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| a. Programa Cultural | f. Humor |
| b. Programa Infantil | g. Programa Ecológico |
| c. Programa Juvenil | h. Programa Religioso |
| d. Programa de Farándula | i. Otros |
| e. Reality | |

6. ¿Qué es lo que más le gusta de los programas del Canal 81?

- | | |
|----------------------------------|-------------------------|
| a. El contenido de sus programas | d. Los premios |
| b. Los presentadores | e. Las llamadas |
| c. El horario de los programas | f. Todas las anteriores |

7. ¿Considera que al Canal 81 le hace falta un espacio para la información cultural de la ciudad?

Si b. No.