

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



**TEMA DE TRABAJO DE GRADUACION  
“ESTUDIO DE RECEPCIÓN Y PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN  
EDUCATIVA Y DE ENTRETENIMIENTO AL SERVICIO DE CABLE  
CHALATEVISIÓN”**

**PRESENTADO POR:**

**LIVIS ROXANA HENRÍQUEZ MENJÍVAR**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

**LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**DOCENTE DIRECTOR:**

**LICENCIADO IVAN ALEXANDER HERNÁNDEZ SERRANO**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA, 5 DE SEPTIEMBRE  
DE 2010.**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**ING. RUFINO ANTONIO QUEZADA SANCHEZ  
RECTOR**

**ARQ. MIGUEL ANGEL PEREZ RAMOS  
VICERRECTOR ACADEMICO**

**MAESTRO OSCAR NOE NAVARRETE ROMERO  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

**LIC. DOUGLAS VLADIMIR ALFARO CHAVEZ  
SECRETARIO GENERAL**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**LIC. JOSE RAYMUNDO CALDERON MORAN  
DECANO**

**DR. CARLOS ROBERTO PAZ MANZANO  
VICEDECANO**

**MAESTRO JULIO CESAR GRANDE RIVERA  
SECRETARIO DE LA FACULTAD**

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**LIC. ROBERTO ANTONIO MAZA EMESTICA  
JEFE DE DEPARTAMENTO**

**MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO  
COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADO**

**LICENCIADO IVAN ALEXANDER HERNÁNDEZ SERRANO  
DOCENTE DIRECTOR**

## **AGRADECIMIENTOS.**

Por estar en cada momento de mi vida, Dios..... muchas gracias,

Por haberme dado la vida y guiarme por el camino correcto, mis padres...José Arnulfo Henríquez y Enma Lidia Menjívar de Henríquez.

Por su dedicación y empeño en impartir un buen aprendizaje.... Gracias docentes de Periodismo, cada uno de ustedes tiene un lugar especial en el álbum de recuerdos mentales.

Por apoyarme y brindarme su amistad, gracias compañeros: Koritza Rodríguez, Roger Gustavo, Amanda Rodas, Mauricio Pineda y Josué Cordero. (Gracias Guasa y Roger por hacerme reír con sus locuras del señor oscuridad, aquí quedará plasmado como un bonito recuerdo.

Gracias Edwar por haber sido mi amigo, mi novio y por ser mi esposo, gracias por tu confianza brindada en estos casi seis años, vistes si se pudo, a pesar que estuvimos lejos, te agradezco inmensamente tu confianza y apoyo, te lo dije no te fallé, lo logré.

A mi hermano mayor, gracias Oscar por haberme brindado tu apoyo en los momentos donde necesitaba tu ayuda, a pesar que estás lejos siempre creíste en mí y no te fallé.

En fin a todos los y las que un día confiaron en mi, se los agradezco de todo corazón, aquí estoy culminando mis carrera universitaria y este esfuerzo es gracias a la gente que confió en que yo si podía.

**Dedicatoria:**

Levantarme de madrugada cada mañana y viajar dos horas en bus desde Chalatenango hasta San Salvador era muy difícil, pero cuando veía tu carita de ángel y tu cuerpecito de terciopelo recibía el aliento necesario para poder hacerlo.

Tus primeras sonrisas y tus primeros gestos me ayudaban a seguir el camino difícil de la vida.

Tu mirada era tan tierna que me hacía continuar aunque estuviera cansada.

Si estoy triste, me haces sonreír, si estoy enojada me haces carcajear con tus gracias.

Tu llegada me cambió la vida y me la bendijo más aún de lo que ya estaba.

Tus primeros dientes y tus primeras, palabras me dan fuerza para alcanzar mis metas.

Cuando dijiste mamá me emocioné mucho, cuando te vi comiendo solita me dieron ganas de llorar de la emoción.....y cuando te veo bailar, solo recuerdo que tienes a quien salir..... te amo Lya Nayara Tobías Henríquez, este esfuerzo es por ti y para ti, ojala un día te sientas orgullosa de mamá..

## **INDICE**

---

- AUTORIDADES UNIVERSITARIAS	
- AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA	
- INTRODUCCIÓN	
<b>1- DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO</b>	<b>9</b>
1.1- Formulación del problema	9
1.2- Planteamiento del problema	12
1.3- Delimitación del Espacio Temporal	14
1.4- Tipo de Investigación	15
1.5- Limitaciones y alcances del estudio	16
1.6- Preguntas guías de la Investigación	17
<b>2- JUSTIFICACIÓN</b>	<b>18</b>
<b>3- OBJETIVOS</b>	<b>20</b>
<b>4- ANTECEDENTES</b>	<b>21</b>
4.1- ANTECEDENTES HISTÓRICOS	21
4.1.2 – Breve Historia de la televisión	21
4.1.3- Televisión En El Salvador	22
4.1.4- Televisión por cable en El Salvador	24
4.1.5- Televisión Local	26
4.1.6- Sistemas y servicios de difusión y distribución de la televisión.	29
4.1.7- Breve historia de Chalate visión	30
4.2- ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO	31
4.3- PERSPECTIVA O ENFOQUE TEÓRICO	37
4.3.1- Aproximación teórica a los estudios culturales	39
4.3.1.1- La Perspectiva latinoamericana	42
4.4- SISTEMA DE CONCEPTOS	44
<b>5- METODOLOGÍA</b>	<b>45</b>
5.1- CARÁCTER DEL TRABAJO	48
5.2- Definición de la muestra o corpus de análisis	50
5.3- Determinación y descripción de la técnica de investigación	53

<b>6- ANÁLISIS Y EXPOSICIÓN DE RESULTADOS -----</b>	<b>55</b>
6.1.1- Resultados de la Técnica de la Observación Participante directa-----	55
6.1.2- Propuesta de temas para el programa “Buena Vibra”-----	57
6.1.3- Análisis del monitoreo de programación del canal 29-----	60
6.2- Resultados de la Técnica cuantitativa por medio de la encuesta.-----	61
<b>7- PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN AL SERVICIO DE CABLE CHALATEVISIÓN.-----</b>	<b>66</b>
7.1- Programa “Zero Límitz....!!-----	66
7.2-Programa “Pueblos y más destinos” -----	66
<b>8- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES-----</b>	<b>68</b>
8.1- Conclusiones-----	68
8.2- Recomendaciones -----	71
-Fuentes de Consulta -----	72
-Anexos-----	76

## INTRODUCCIÓN.

En esta investigación se presenta el estudio de recepción y propuesta de programación del servicio de Cable Chalatevisión, el cual se ubica en la cabecera departamental del Departamento de Chalatenango.

La importancia de esta temática radica en que la industria informativa no es muy fructífera en el departamento de Chalatenango debido al poco interés por parte de los dueños de los medios de comunicación local de la cabecera departamental de Chalatenango, así como también por la falta de exigencia por parte de las audiencias.

Cabe destacar que un medio de comunicación no solo debe cumplir con la función de informar y entretener, sino también educar a la población con los contenidos que presente a los receptores, para contribuir a la formación de una sociedad más crítica, en donde los medios de comunicación puedan colaborar brindando a la gente los mecanismos necesarios para estar informados de lo que acontece, al mismo tiempo de estar entretenidos.

Esta investigación consolida un análisis de lo que perciben los receptores acerca de la programación y el servicio que les brinda Chalatevisión a la población de la cabecera departamental de Chalatenango, así como también los gustos y preferencias en cuanto a la programación que las audiencias chalatecas esperan recibir de Chalatevisión.

Este informe consta de cinco capítulos, en su primera parte se detalla la determinación del objeto de estudio, en la cual se plantea el problema, se dan a conocer los objetivos de la investigación, la pregunta que guiará en el desarrollo de dicha investigación, así como también se muestra la justificación de la investigación, las limitaciones y alcances del estudio de recepción y propuesta de programación al servicio de cable Chalatevisión.

Más adelante se presentan los antecedentes, que han sido divididos por antecedentes históricos en los cuales se enmarcan la historia de la televisión a nivel general, luego en el ámbito nacional, y después se incluye una explicación acerca de la televisión local, el surgimiento de la televisión por cable en El Salvador y además se han desarrollado los

antecedentes del objeto de estudio, con los trabajos que han sido tomados en cuenta para el desarrollo de esta investigación. También se ha elaborado la perspectiva o enfoque teórico y se ha trabajado al mismo tiempo en que consiste la escuela latinoamericana de comunicación.

Se ha desarrollado en la cuarta parte del trabajo el sistema de conceptos, donde se abordan los conceptos defendidos por varios autores, quienes se han encargado de trabajar en el ámbito de las comunicaciones.

Para terminar, en el capítulo cinco, se presenta toda la metodología, donde se incluye el carácter de la investigación, que es cuantitativo y cualitativo. Se explica también que técnicas se utilizaron para llevar a cabo la investigación, así como también la muestra con la que se trabajó y los ejemplos de los instrumentos a utilizados.

En el capítulo seis se da el análisis de interpretación de los resultados obtenidos en ambas técnicas (cuantitativa y cualitativa) con ayuda de la observación participante, el monitoreo de programación y las encuestas.

Y para finalizar se presenta la etapa de las conclusiones y recomendaciones, en donde se hace una importante fase de finalización de la investigación, dando a conocer aportes interesantes acerca de todo lo que se encontró en el desarrollo del trabajo ya sea positivo y negativo, así como también las recomendaciones que se hacen a los encargados del canal 29.



## **1- DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

### **1.1- Formulación del problema**

**L**a investigación está centrada en el Estudio de Recepción y propuesta de programación educativa y de entretenimiento al servicio de cable Chalatevisión, el cual intenta definir los gustos de los receptores del Departamento de Chalatenango en cuanto a la programación del servicio de cable Chalatevisión en el canal 29.

Se espera identificar los gustos de la población de la cabecera Departamental de Chalatenango, en donde se cuenta con un canal de televisión local que hasta el momento no presenta los eventos y acontecimientos que se llevan a cabo en el departamento.

“La televisión nació apropiándose de la características de la radio: inmediata, ágil, clara, efímera (se da en un tiempo real), cotidiana (está en los lugares de vida de las personas, no hay que ir a buscarla), de fácil acceso, de uso múltiple (no se trata de un único producto comunicativo sino de una programación variada, con varios productos donde la persona puede entrar y salir en cualquier momento) y con las mismas funciones sociales: informar, entretener y educar.”<sup>1</sup>

Ahora bien, es importante definir cuando se habla de televisión local y hay que aclarar el término “local” es un término que aborda un significado que va más allá de un espacio y un tiempo determinados, e implica vinculación con cultura, geografía y psicología, entre otras materias, diremos que es “el ente que existe o puede existir en un lugar y para una comunidad, definida en términos de identidad y a partir de la relación “seguridad – libertad”<sup>2</sup>,

¿Por qué es importante la existencia de la televisión local? Las razones se agrupan en torno a identidad, cultura y democracia, “es fundamental, no sólo desde el punto de vista de la identidad cultural, sino desde la perspectiva del establecimiento de redes de

---

<sup>1</sup> Velásquez Ossa, César Mauricio y otros (2002): “Inventar o reflejar la realidad. Un dilema que compromete la credibilidad informativa de los medios de comunicación en Colombia”, en *Palabra Clave*, Número 7, diciembre, Universidad de la Sabana, Págs. 11-47.

<sup>2</sup> <http://abelsuing.wordpress.com/2009/01/18/sobre-%C2%BFque-es-television-local/>

comunicación intra territoriales y como garante de la libertad de expresión y comunicación de la colectividad.<sup>3</sup>

Por esa razón se pretende que exista una televisión de carácter local con una programación en donde se enmarque lo que sucede en el departamento, es decir los hechos u eventos que ocurran en el municipio de chalatanango y en sus alrededores.

Son muchas las personas que diariamente se benefician de las posibilidades del medio para hacer llegar la labor formativa en el colegio, el instituto, la academia o la universidad, a lugares inaccesibles de nuestro planeta a los que es mucho más fácil o económicamente viable trasladar una antena y un televisor, que levantar un edificio y dotarlo de los materiales y personal necesarios.

Es por ello que la televisión es un espacio en donde se puede mantener entretenidas a las personas, aportando contenidos de entretenimiento y educativos. La única desventaja es que en este caso estamos hablando de televisión por cable y solo pueden acceder a ésta las personas que se suscriban al servicio.

### **La televisión como sistema comunicativo**

Según el catedrático de Periodismo de la Universidad de Madrid, Mariano Cebrián Herreros, la televisión es un medio de transmisión en directo de los hechos sobresalientes de actualidad de la sociedad y mantiene un liderazgo de audiencias por su atractivo de imágenes; aunque el espectador haya recibido información por la radio, quiere comprobar con el sentido del que más se fía, con la vista, lo que ha ocurrido y cómo ha transcurrido. *“Es la capacidad de inmediatez la que le da su fuerza. Y cuando esta inmediatez no existe, por transmitir el hecho en diferido, como sucede en gran parte de las ofertas de programación existentes, son los contenidos y los tratamientos audiovisuales de los hechos los que aportan el espectáculo. La televisión ejerce una fascinación expositiva por encima de cualquier otro medio.”*<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Viché, M.(1991). Animación, sistema de comunicación. Grup Dissabte. Valencia.

<sup>4</sup> (Cebrián Herreros, Mariano, “Información Televisiva”, mediaciones, contenidos, expresión y programación. Editorial Síntesis, Madrid, 1998. pags. 33 y 34.)

Si hablamos de programación, en la contemporaneidad, muchos son los que consideran que la programación es una técnica que se apoya en la investigación que realizan sobre los comportamientos de la audiencia, fundamentalmente los análisis de los resultados de las estimaciones de audiencia y las proyecciones futuras de resultados. Técnica que excusado es decirlo, exige tener nociones de economía de los medios para poder evaluar el coste y rentabilidad de los programas <sup>5</sup>

La televisión tiene la capacidad de abarcar un amplio público, esta característica permite que la gente tenga la capacidad de sugerir lo que le gustaría que se les presentara en su programación, es por eso que la técnica cualitativa no sería la única que se adecuaría a esta investigación debido a que es necesario conocer gustos más generales de la gente, por esa razón se trabajó con ambas técnicas, (cuantitativa y apoyo de la cualitativa) para lograr un resultado más provechoso.

Por lo anterior, Jesús Martín Barbero habla acerca de las lógicas de producción y de los usos, en donde manifiesta la importancia de lo que configura las condiciones específicas de producción, lo que de la estructura productiva deja huellas en el formato, y los modos en que el sistema productivo de la industria televisiva semantiza y recicla las demandas que vienen de los “públicos” y sus diferentes usos. <sup>6</sup>

Es por esa razón que esta investigación posee un carácter novedoso porque busca el estudio de lo que la gente quiere, de lo que la gente piensa acerca de determinados gustos televisivos en un municipio con amplia proyección de crecimiento y con riqueza histórica.

---

<sup>5</sup> <http://recursos.cnice.mec.es/media/index.html>

<sup>6</sup> Barbero, Jesús Martín. “De los Medios a las Mediaciones”: comunicación, cultura y hegemonía”. México D.F. Ediciones G. Gili, 1987,

## 1.2 Planteamiento del problema.

**E**l servicio de cable Chalatevisión posee un canal local donde se transmiten únicamente películas, algunos comerciales y videos, y actualmente se ha iniciado un programa llamado “**Buena Vibra**” que se transmite de lunes a viernes a las 4:30 pm el cual dura una hora, pero no existe una programación que venga a satisfacer otros gustos de las personas que raras veces sintonizan dicho canal, debido a que no hay variedad de contenidos que puedan identificar.

Chalatevisión es un servicio de cable que funciona desde el año de 1996 aproximadamente, según manifiesta un trabajador de Chalatevisión y desde el inicio de su transmisión ha tenido a su disposición el canal 29 para transmitir películas y en raras ocasiones transmiten algún evento de carácter local, pero en ningún momento se ha tomado en cuenta la opinión de los receptores para la elaboración de una programación más concreta.

El acceso al canal 29 del servicio de cable de Chalatevisión es una ventaja de la cual solo pueden gozar las personas que contratan el servicio que consta de 55 canales, incluyendo los de la franja nacional, pero la mayoría de viviendas de la cabecera departamental aproximadamente unas 1000 familias, pagan el servicio de televisión por cable, según manifiesta Mariano Ruan, empleado de Chalatevisión.

Es por ello que puede ser una buena alternativa para que el canal 29 pueda brindar una programación con contenidos más provechosos tanto para el dueño del medio televisivo porque generaría más interés en la población para suscribirse al servicio de cable y así también para los receptores quienes tendrían una alternativa diferente a los canales nacionales.

Así mismo sería una ventaja para la población porque la televisión con su característica de inmediatez, podría mantener informada a la gente en cuanto a lo que ocurre en el área local. Según Jesús Martín Barbero, en la televisión la visión que predomina es la

que produce la sensación de inmediatez, que es uno de los rasgos que hacen la forma de lo cotidiano.<sup>7</sup>

Esto supone que debe existir un estudio que ayude a analizar los gustos de la población como sugerencia para la creación de nuevas alternativas de comunicación televisivas en el área local de la cabecera departamental de Chalatenango, porque es necesario hacer valer los gustos de las audiencias y el uso social que los receptores esperan de un medio.

Hay que recordar que no solo es importante saber lo que ocurre en el área nacional, sino también en el área local, por eso es determinante preguntarse acerca de lo que piensa la gente sobre la programación y el uso que la gente le da a la televisión.

Hay que mencionar también a la comunicación popular, porque en esta investigación por llevarse a cabo un estudio de recepción de un medio televisivo de carácter local, se puede decir que estaríamos entrando en lo que Jesús Martín Barbero menciona como una comunicación popular que está ligada al uso de medios de bajo costo y de alcance reducido.<sup>8</sup>

Pero cuando hablamos de que la comunicación popular está ligada al uso de medios de bajo costo y de alcance reducido no debemos de olvidar que el hecho de que esto suceda no significa que ésta no pueda ser provechosa, porque analizando las palabras de Barbero no importa que se tengan limitantes pero siempre y cuando se produzca comunicación que favorezca el conocimiento porque no importa que se grave un programa con un casete- audio se pueden lograr informaciones de gran alcance y de mucha importancia social.

Es por eso que se hizo el estudio de Recepción y propuesta de programación educativa y de entretenimiento al servicio de cable Chalate visión, porque se considera de suma importancia abordar un contenido de este tipo por ser un medio que no se ha explotado en ningún ámbito y es importante para el desarrollo de la población en materia cultural

---

<sup>7</sup> Barbero, Jesús Martín. "De los Medios a las Mediaciones": comunicación, cultura y hegemonía". México D.F. Ediciones G. Gili, 1987.

<sup>8</sup> Barbero, Jesús Martín. "Procesos de Comunicación y matrices de cultura" México D.F. : Gustavo Gili 1987.

y también en investigaciones académicas que fomenten el avance del aspecto comunicacional a nivel local.

Así mismo es importante recalcar que no es necesario que dicho medio efectúe producciones televisivas con tecnología de último modelo, sino que se realice una producción para que dicho canal tenga una determinada programación, aunque sea con equipos de bajo costo, pero contenidos de calidad.

### **1.3 – Delimitación del Espacio Temporal:**

La investigación **“Estudio de Recepción y propuesta de programación de entretenimiento y educativa al servicio de cable Chalate visión,** conoció la recepción, consumo cultural y uso social que los usuarios del servicio de cable de Chalatevisión desean obtener en el canal 29, para luego llegar a formular los gustos de la gente y poder elaborar una propuesta de programación a dicho canal.

El motivo por el cual se seleccionó este medio en la cabecera departamental de Chalatenango es porque es el único que existe en el área local y a pesar de ello no cuenta con una programación que llene las expectativas de las audiencias.

Con el correr del tiempo las personas se adecuan más a la tecnología y ya no se conforman con lo que los medios ofrecen, sino que tienden a tener más exigencias. Por esta razón se han ido formando nuevos públicos que tienen gustos específicos, como podríamos llamar a las audiencias de Chalatevisión.

La delimitación temporal abarcó 6 meses, del 1 de marzo al 31 de agosto de 2010, tiempo en el que se conocerá la recepción a partir del uso y consumo que la población de la cabecera departamental de Chalatenango le da a Chalatevisión y también a lo que quisieran que el medio les brindara.

Se considera que esta investigación es importante porque aporta datos que servirán de recursos para posteriores indagaciones afines al tema ya sean estudiantes o académicos de las carreras de Comunicación o afines a la misma que quieran indagar a cerca de los gustos de los receptores de medios locales.

El universo de ésta investigación se basó en una muestra cuantitativa de 160 personas estudiantes universitarios, docentes de bachillerato, y demás Académicos usuarios de chatevisión, así como también amas de casa. Se incluyeron a 7 personas que son quienes laboran en el canal 29 para interactuar con ellas a través de la técnica cualitativa de la observación participante, todo esto para abordar el tema con mayor eficacia y que el resultado sea más objetivo.

#### **1.4- Tipo de Investigación**

La investigación realizada es de alcance temporal de tipo sincrónica porque se llevó a cabo en un espacio de tiempo lineal sin efectuarse comparación alguna entre un tiempo y otro, no hubo saltos de tiempo, y se efectuó desde el mes de marzo hasta agosto, sin detenerse ningún mes. Además no se estudió a otro medio de comunicación local, sino únicamente al servicio de Cable de Chalatevisión.

Además posee un carácter mixto, debido a que se utilizaron dos técnicas de investigación, la cualitativa por medio de la observación participante y la cuantitativa por medio de la encuesta.

La investigación es de profundidad exploratoria, porque es una primera aproximación al fenómeno, debido a que se conocieron los gustos de las audiencias a través de la encuesta, pero también se abordó el estudio con mayor profundidad a través de la observación participante. Es una investigación exploratoria porque no existen estudios de este tipo sobre medios locales de Chalatenango, por lo tanto es la primera investigación de este tipo

Se realizó una investigación micro sociológica, debido a que no se tomó de muestra los gustos de todas las personas que son usuarias de Chalatevisión, sino de una parte de la sociedad ya que por motivos de tiempo y recursos no se puede efectuar con todas las personas que accedan al servicio. Es también una investigación micro sociológica debido a que el medio no representa un alcance macro social, porque se limita únicamente a la cabecera departamental de Chalatenango.

### **1.5- Limitaciones y alcances del estudio:**

En toda investigación se presentan limitaciones que pueden llegar a hacer más difícil la realización de la misma, pero eso no significa que no se haya podido llevar a cabo, al contrario hay que buscar las alternativas adecuadas para resolver dichas limitantes, para poder sacar adelante un proyecto.

Las limitaciones que se presentan para la elaboración de la investigación: **Estudio de Recepción y propuesta de programación de entretenimiento y educativa al servicio de cable Chalatevisión**, son en primer lugar que este estudio se llevó a cabo por una persona, situación que hizo que el desarrollo de la misma fuera lento, pero eso no significa que sea menos exitoso.

Otra limitación muy importante es que no se tuvo el acceso a toda la información tanto en Chalatevisión como en el canal 29, en el caso de Chalatevisión no se brindó el total de usuarios de cable por motivos de seguridad y en el canal 29 el director del canal no proporcionó material audiovisual solicitado.

En cuanto a los alcances del estudio, podemos hablar de algo bien importante, como lo es el beneficio que se logró para las personas que están suscritas en chalatevisión, debido a que se tomó en cuenta a la población para la toma de desiciones en la producción de un canal local, en este caso el canal 29.

Otro alcance importante en el ámbito académico, debido a que este estudio podrá servir más adelante para otra persona que se interese en darle continuidad a esta investigación, y evaluar lo que se obtuvo con ésta, además servirá también a los estudiantes de Periodismo que quieran hacer indagaciones acerca de la televisión local y los canales de cable que aún no han sido explotados localmente.



## **Preguntas Guías de la Investigación:**

### **Preguntas generales.**

- ¿Qué tipo de programación les gustaría a los usuarios de Chalatevisión que les transmitieran en el canal 29?
- ¿Cuánto es el tiempo que dedican a diario los televidentes de Chalatevisión para ver el canal 29?

### **Preguntas específicas.**

- ¿Cuáles son las opiniones de los televidentes en cuanto a la falta de producción del canal 29?
- ¿Qué expectativas tienen los televidentes de Chalatevisión en torno al surgimiento de un canal local.
- ¿Cuáles son las rutinas de producción del canal 29 de Chalatevisión?

## 2- JUSTIFICACIÓN

La investigación realizada posee gran relevancia, puesto que de acuerdo a los antecedentes explorados sobre el objeto de estudio, se ha determinado que no hay trabajos previos que aborden el estudio de recepción del servicio de cable Chalatevisión.

Además este estudio se realizó porque existió la necesidad de que el único medio televisivo de carácter local de la cabecera departamental de Chalatenango fuera estudiado a profundidad y buscar la forma de entender porqué este medio no es explotado con programación más preparada, además se pretendió estudiarlo porque se considera que el solo hecho de que este medio, específicamente en el canal 29 no se desarrolle ninguna actividad informativa hacia los ciudadanos, significa que posee deficiencia de producción.

Esta investigación debido a que tiene gran relevancia social se realizó para beneficiar a todos los usuarios del servicio de cable Chalatevisión que son usuarios de la cabecera departamental de Chalatenango, porque se determinará en qué está fallando el medio para que éste pueda buscar alternativas para mejorar su programación e intentar que el medio tome la iniciativa de producir contenidos locales. Hay que recordar que no solamente se benefició a la población, sino también a Chalatevisión, porque se conocerán sus debilidades, de acuerdo a lo que manifieste la gente, esto quiere decir que la investigación tiene implicaciones cuantificables.

Con esto se espera que la gente tenga buenos contenidos para tener una opción para ver dichos medio de comunicación e incluso para que más personas se unan a contratar el servicio. Este estudio tiene mucho alcance social porque hay que recordar que la televisión es el medio más rápido apartando a la radio, para mantener informada a la población, por eso fue necesario hacer un estudio de recepción en la programación de Chalatevisión.

En cuanto a las implicaciones prácticas del estudio, se ayudó a resolver el problema de falta de información local por parte de los medios de comunicación debido a que la mayoría de personas consumen más los medios nacionales y dejan de lado los locales,

por la falta de programación con contenidos informativos acerca de lo que sucede localmente. Es por eso que se considera un problema la falta de información de carácter local por parte del medio Chalatevisión.

Con la investigación, se llenará un hueco de conocimiento muy grande, que es la necesidad que tiene la gente de enterarse de lo que sucede en su departamento, en su municipio y no solamente de lo que sucede a nivel nacional, además se podrán generalizar los resultados a principios más amplios, para lograr un análisis crítico de la investigación.

Se podrá conocer en mayor medida el comportamiento de una o de diversas variables como es el caso de los gustos de la población y los gustos del medio de comunicación, así como también la relación entre ellas.

Además, la investigación ofrece la posibilidad de una exploración fructífera de apostarle a la creación de nuevos contenidos para incluirlos en una nueva programación. De igual forma se espera saber con los resultados que no se conocieron antes, nuevas ideas que puedan servir para los medios de comunicación como observaciones críticas para mejorar, mantener o cambiar su programación.

### 3- Objetivos.

- **Objetivo general:**

- ✓ Conocer los gustos de programación de los televidentes de Chalatevisión.
- ✓ Conocer cuanto es el tiempo que dedican a diario los televidentes de Chalatevisión para ver el canal 29?

- **Objetivos específicos:**

- ✓ Conocer las opiniones de los televidentes en cuanto a la falta de producción del canal 29
- ✓ Determinar las expectativas de los televidentes en torno al surgimiento de un canal local.
- ✓ Determinar las rutinas de producción del canal 29 de Chalatevisión?

## **4- ANTECEDENTES**

### **4.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.**

#### **4.1.2 – Breve Historia de la televisión:**

La prehistoria de la televisión abarca un amplio período que se extiende, aproximadamente, desde finales del siglo XIX hasta 1935. En principio surgirán dos modelos: la televisión mecánica defendida por John Baird y la televisión electrónica creada por el investigador ruso-norteamericano Vladimir Zworikyn.

Aunque la televisión mecánica de Baird empezó a sus emisiones un poco antes que la televisión electrónica de Zworikyn, lo cierto es que la superioridad técnica de esta última se impuso.

E conocer cómo fueron estos comienzos y cómo pasó de ser un invento de laboratorio a convertirse en un medio al alcance del público. Interrumpido por la I Guerra Mundial, su desarrollo se retomó al acabar la contienda permitiéndole ocupar su puesto entre los medios de comunicación más extendidos como la prensa o la radio.

Cumplida la etapa de nacimiento y consolidación, llegará la época del color y, tras ella, la internacionalización del medio y de sus contenidos. Esta vocación internacional impulsó el lanzamiento de los primeros satélites de comunicación y de otras tecnologías como la distribución de señal televisiva por cable.

Por otro lado la televisión se extiende a continentes como Iberoamérica y, en otro sentido, se crea una necesidad aparentemente opuesta que es la de contar con contenidos de carácter local. Con la televisión local se completa la presencia de la televisión en todos los ámbitos de socialización del individuo, desde lo global hasta lo local.

#### **4.1.3-Televisión en El Salvador.**

En el ámbito de nuestro país, podemos decir que la televisión inició por iniciativa privada de Boris Eserski, Guillermo Pinto y Tono Alfaro, propietarios de la radio YSEB la voz de Latinoamérica, y surge según Mario Alfredo Cantarero “apropiándose de las características de la Radio, inmediata, ágil, clara, efímera (se da en tiempo real), cotidiana, de fácil acceso, con varios productos (noticieros, entretenimiento, drama) y con las mismas funciones sociales “informar, entretener y educar”.<sup>9</sup>

El primer canal fue el YSEB TV, canal 6. Los primeros intentos los realizó el mexicano Rubén Gonzáles, en septiembre de 1956, pero su alcance era reducido al perímetro de la capital y lugares cercanos, el cual cubría su programación con artistas nacionales y películas traídas de México y Estados Unidos.

A mediados de 1956 se termina de construir y organizar un nuevo canal, el tercer canal de televisión privada YSR- TV canal 2, inaugurado el 30 de noviembre de 1956.

Más adelante surge la televisión estatal, con las ideas de modernización que tenía el país en la primera década del 60 y el impulso que había recibido la educación salvadoreña dentro del programa “Alianza para el progreso del ex presidente de Estados Unidos John F. Kennedy, surge la iniciativa de crear televisión educativa, pero es hasta 1972 que se inauguran las instalaciones que albergarán a canal 8 y canal 10.

Luego de 20 años surgió una nueva iniciativa privada de televisión, fue en diciembre de 1984 cuando canal 12 fundado por Jorge Zedán inicia sus labores. Canal 12 marca una etapa en la historia de la televisión ya que para 1988, fue el primer canal en transmitir 24 horas del día y sus principales programas eran retransmitidos por la noche.

Más adelante, en 1986, nace Tele Corporación Salvadoreña (TCS), que integra los canales 2, 4, y 6 con programación variada para cada gusto (telenovelas, deportes y películas). Pero en conjunto constituyen el principal monopolio del país.<sup>10</sup>

#### **4.1.4- Televisión por cable en El Salvador**

---

<sup>9</sup> Cantarero, Mario Alfredo “Periodismo Televisivo en El Salvador”, Audiencia formatos e implicaciones sociales. <http://saladeprensa.org/arte607.htm>

<sup>10</sup> Córdova, Alicia. Hernández, Luís y otros. (trabajo de seminario de graduación). “La televisión en El Salvador y las compañías de TV por cable y digital”. Universidad José Simeón Cañas, (UCA).2005.

En estos momentos, al tratar de definir lo que es televisión, nos encontramos con dificultades para precisarla. Según Guillermo Orozco Gómez, esto tiene que ver con el desarrollo tecnológico del medio y con el consecuente potencial de usos múltiples<sup>11</sup>. Significa que ahora al referirnos a la televisión se deben establecer varios significados: televisión de amplia cobertura (la más conocida), televisión por cable, la recepción de videos, la señal vía sistemas codificados (Multivisión), o la señal vía satélite.

Con respecto a los usos, habrá que indicar si nos referimos al uso del televisor para ver imágenes video grabadas o imágenes en vivo, o para interactuar con la pantalla (como en los videojuegos, paquetes instructivos o la computadora) o para ver películas simplemente. Cada modalidad implica recepciones distintas, "televidencias" particulares, que en términos analíticos complejizan todavía más la interacción específica de segmentos de audiencia.

En El Salvador, la televisión presenta todas esas opciones. Además de los canales nacionales (TV a secas), funciona la televisión por cable. Esta ofrece por los menos 55 canales con diferentes características, tanto por el contenido que ofrecen, como por la forma de presentarlo. La existencia de este hecho nos permite comparar las ofertas periodísticas nacionales con las internacionales, y nos permite establecer las distancias entre ambas, en el orden de los formatos y las maneras de abordar los hechos periodísticos.

Asimismo, nos permite identificar la fuente de donde los medios nacionales se nutren para orientar sus procesos de reconversión profesional. De esta modernización en el medio televisivo, los usuarios son los que más salen beneficiados, en la medida que accedan al mundo y se apropien de él en sus vidas cotidianas, desde las instructorías diarias de aeróbicos con ESPN 2, hasta la referencia temática sobre lo que ocurrió en su momento entre la India y Pakistán.

---

<sup>11</sup> Orozco, Guillermo: *Televisión y producción de significados*, México, Universidad de Guadalajara. (1994)

Alrededor de 1997, en el área metropolitana del país existían dos empresas, Cablevisa y Cablecolor, que se encargaban de captar la señal del satélite, decodificarla y retransmitirla vía microonda o UHF a los hogares que pagan el servicio. Se inicia en el área metropolitana, ahora se extiende a buena parte del territorio salvadoreño.<sup>12</sup>

En San Salvador, surgen en 1986 las empresas Telesat y futurama, por iniciativa de los señores Jorge Zedán y Álvaro Salazar, dirigida aproximadamente a 300 suscriptores. En el Occidente, en Metapán, en noviembre de 1989, inicia sus servicios Tecavisa, bajo la égida de don Roberto Menéndez. En estos momentos, funcionan 20 empresas más en el interior del país, aglutinadas en ASETES (Asociación Salvadoreña de Empresarios de Televisión por Suscripción).

Entre otras razones, la televisión por cable en el país surge por:

- a) La posibilidad comunicativa translocal que permite interconectarnos a través del satélite, en el marco de los procesos de globalización de las nuevas tecnologías.
- b) La existencia de un mercado comunicacional, motivado por el desencanto de los usuarios con la programación de los canales locales.
- c) Por la iniciativa de empresarios que, reconociendo las realidades anteriores, han emprendido este camino, que, además de ganancias individuales, tiene positivas implicaciones en la producción, circulación y consumo de la información en el país.

La televisión por cable es joven, pero en el transcurso de los años ha tenido grandes transformaciones, empezando por el nivel de personas que contratan el servicio de cable, el cual ha crecido abundantemente, además la oferta empresarial también ha crecido. Pero de igual forma han desaparecido empresas que fueron precursoras de esta oferta televisiva.

Podemos hablar también del fusionamiento que han tenido algunas empresas de cable como es el caso de AMNET, una filial de Telefónica la cual ha hecho que muchas empresas hayan vendido sus acciones a esta transnacional.

### **Empresas de Cable en las principales ciudades del país (hasta 2005).<sup>13</sup>**

---

➤ <sup>12</sup> Villalta, Antonio de Jesús y Rugadas, Carlos Ernesto “Historia de la Televisión por cable en El Salvador” (Tesis), Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador. 1997

<sup>13</sup> Córdova, Alicia. Hernández, Luís y otros. (trabajo de seminario de graduación). “La televisión en El Salvador y las compañías de TV por cable y digital”. Universidad José Simeón Cañas, (UCA).2005.



Empresa	Propietario	Ciudad
AMCAB	Raúl Sosa	Ilopango
Astrovisión	Gladis Gutiérrez	Ahuachapán
Cable Arce	Carlos Iriarte	Ciudad Arce
Cable Quezalte	Ricardo Franconi	Quezaltepeque
Cable Cab	Enrique Amaya	Ilobazco
cable cab	Enrique Amaya	Sensuntepeque
Cable imagen/ COMSAT, S.A.	Juan Punyed	San Martín
Cable Max	Mauricio Homberger	Jucuapa
Cable Santiago	José Fidel Salgado	Santiago de María
Cable Jiquilisco	José Fidel Salgado	Jiquilisco
Cable Vincent	Raúl Sosa y Rogelio Navarrete	San Vicente
Chalatevisión	Gerardo Sosa	Chalatenango
Movie cable	Raúl Castro y Jorge Portillo	Nueva Concepción
Multicable Usulután	Joaquín Aparicio	Usulután
Multicanal	Antonio Velásquez y Raúl Castro	La Unión
Tecavisa	Roberto Meléndez	Metapán
Tropicable	Joaquín Aparicio	Santa Rosa de Lima

AMNET, siendo una empresa sólida en sus servicios, siendo la número uno a nivel nacional se convirtió en la única que vendía el servicio de cable por suscripción, a finales de los años 90.

En 2008 AMNET es comprada por MILICOM (nombre de la empresa con su marca TIGO). AMNET incursionó no solo en el cable sino también en el Internet y telefonía fija, fue ahí donde empezó la guerra de las telecomunicaciones con las grandes empresas, porque en 2008, inició sus servicios Telecom con Claro, el cual inició con cable coaxial en San Salvador, pero a medida que se fueron extendiendo a nivel nacional buscaron la forma de llegar más lejos y ahora lo hacen en la mayoría de lugares donde no siguieron construyendo red, porque lo hicieron a través de una antena, mientras los lugares donde iniciaron con cable coaxial se mantienen de esa forma.<sup>14</sup>

#### **4.1.5- Televisión Local**

Xosé Lopéz quien manifiesta que el término “local” aborda un significado que va más allá de un espacio y un tiempo determinados, implicando una vinculación con cultura, geografía y psicología, por esa razón diremos que es “el ente que existe o puede existir en un lugar y para una comunidad, definida en términos de identidad y a partir de la relación “seguridad – libertad”,<sup>15</sup>

Entonces se dice que agrupa elementos que son conocidos y tienen significado para un grupo social, luego como las personas tendemos a dinamizar nuestras relaciones a través de la comunicación se provoca en el espacio local “un espacio de experiencias compartidas, valores culturales compartidos, entre quien emite y quien recibe (participe o no en la construcción del mensaje)”<sup>16</sup>, se colige entonces que los elementos de base que construyen lo local son comunidad y compartir.<sup>17</sup>

Hablamos ya de medios que circulan y se consumen entre personas que comparten afinidad de intereses, bajo estas premisas se han trabajado instrumentos específicos con vocación local que persiguen productos con los que se atiendan las demandas de proximidad, que de otro lado no pueden ser satisfechas sin que haya un involucramiento real, es decir para que la proximidad sea efectiva se necesita de participación, ¿cómo se deja constancia de que lo publicado o emitido se relaciona con un localidad específica? a través de la participación de integrantes, vecinos o actores propios la comunidad.

---

<sup>14</sup> Ruán, Mariano: Entrevista, Administrador de Chalatevisión.

<sup>15</sup> López, X. (2008). Fortalezas del ciberperiodismo para la cobertura de la información de proximidad. UTPL. Loja.

<sup>16</sup> Ídem,

<sup>17</sup> <http://abelsuing.wordpress.com/2009/01/18/sobre-%C2%BFque-es-television-local/>

La posibilidad de contar con medios locales “permite estar en el mundo con personalidad y con propuestas propias”, “el medio local recoge los aspectos identitarios de la sociedad local y los coloca en la comunicación que está produciendo. Por lo tanto, un medio local no es el que informa del ámbito local, sino el que informa desde el ámbito local” (Conclusiones del I Congreso de Comunicación Local según X López permite que los testimonios, opiniones y perspectivas de los ciudadanos contribuyan en los debates regionales o nacionales, vislumbra una efectiva participación en la opinión pública, apoya al ejercicio democrático, remite, desde este ángulo, a pensar la función de servicio social que debe cumplir la comunicación, “lo local es un nuevo campo de batalla entre quienes entienden la comunicación como servicio público y los que ven en este ámbito un espacio más de obtención de beneficios comerciales”<sup>18</sup>,.

Es por esa razón que el mismo autor plantea que solamente la potenciación de lo local brindaría oportunidades renovadas para la democracia social y la participación general en los asuntos públicos”.<sup>19</sup>

Ya en el desempeño de los medios locales en pro de cubrir lo expresado nos referiremos a la televisión en tanto, como pasó antes con la música y la literatura, proyecta la cultura oral tradicional de los pueblos americanos “a través de lo narrativo, de lo fantástico y del ritual de la cotidianidad, sin buscar la objetividad de la realidad al modo que lo hacen las ciencias”<sup>20</sup>, apreciación que se ve soportada en la expresión de Jesús Martín-Barbero cuando señala que “las mayorías en América Latina se están incorporando a, y apropiándose de, la modernidad sin dejar su cultura oral, esto es no de la mano del libro sino desde los géneros y las narrativas, los lenguajes y los saberes, de la industria y la experiencia audiovisual”.<sup>21</sup>

¿Cuáles son las funciones de la televisión local? Se expresan en la contribución que la televisión local puede hacer hacia los grandes objetivos de sociedad en su conjunto, identificados como el fomento de la participación ciudadana hacia el medio y de éste hacia los ayuntamientos, la protección del medio ambiente, la lucha contra la exclusión, el cuidado de la infancia y la juventud, el combate contra al racismo, sexismo,

---

<sup>18</sup> Quirós, F. (2005). Sociedad civil y medios de comunicación. PP 19 – 26; en Martínez, M. (Ed.) (2005). El tercer sector y el audiovisual. Unidixital. Santiago de Compostela . pag. 21

<sup>19</sup> Ibidem 26.

<sup>20</sup> Vilches, L. (1993). La televisión. Los efectos del bien y del mal. Paidós. Barcelona, pag. 15

<sup>21</sup> Martín-Barbero, Jesús (1999): Aventuras de un cartógrafo mestizo en el campo de la comunicación. Revista Latina de Comunicación Social, 19.0 Recuperado el 18 de diciembre de 2008 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/64jmb.htm>

homofobia y xenofobia, lo que se logrará animando la expresión de los ciudadanos, asociaciones, grupos minoritarios y en general de todos o la mayoría de actores socioculturales.

-“Las televisiones locales recogen la riqueza de los hechos de la zona, del barrio en las grandes ciudades y de grupos sociales. La televisión local se centra en el ámbito más reducido. La información se desarrolla en unos contextos inmediatos, de referencias personales, Hay un contexto interno. La televisión local es la plaza y la esquina de la localidad en la que la gente se encuentra para hablar de sus asuntos. Cada palabra, gesto y entonación fonética tienen un contexto inmediato; hay un mayor conocimiento entre los hablantes”.<sup>22</sup>

-“La televisión local nace como un medio que se centra en un entorno inmediato de la vida, problemas y vicisitudes de una sociedad delimitada por un espacio físico de convivencia”<sup>23</sup>.

-“La televisión local emerge como un medio comunicativo y se configura dentro de unas estrategias multimediáticas: como apoyo de cobertura informativa y programática de una cadena, como lucha y conquista de una publicidad local mediante programas centrados en tal ámbito”<sup>24</sup>.

---

<sup>22</sup> -(Cebrián Herreros, Mariano, “Información Televisiva”, mediaciones, contenidos, expresión y programación. Editorial Síntesis, Madrid, 1998. Pág. 114).

<sup>23</sup> -- (Jornadas sobre la televisión local. El nuevo horizonte de los servicios municipales. Vigo 23-25 de enero de 1991. Federación Española de Municipios y Provincias, Madrid, 1991).

<sup>24</sup> Farias, Pedro y Multigner, Pilles (Eds.): La Televisión local ante el reto del cable. Diputación Provincial de Zaragoza, Zaragoza, 1995.

#### **4.1.6- SISTEMAS Y SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LA TELEVISIÓN.**

Las señales que salen del control de continuidad van al transmisor de televisión para su difusión por onda hertziana, por satélite o por cable.

Según Mariano Cebrian, pueden diferenciarse los siguientes servicios concretos de difusión y distribución.

- a) Canales de televisión abierta mediante la difusión hertziana en las bandas de VHF y UHF por redes terrestres que pueden ser recibidos por cualquier antena colectiva. Las bandas son reducidas por lo que hasta ahora han tenido un freno en su desarrollo, pero gracias a la digitalización y compresión de la señal también hace posible la multiplicación por varios canales cada uno de los disponibles hasta ahora y la mejora de la calidad de señal; en esta caso es necesario el correspondiente descodificador de señales.
- b) Canales de televisión por suscripción mediante microondas codificadas según el sistema MMDS (Multichannel Multipoint Distribution System: sistema de distribución multipunto multicanal).
- c) Canales de televisión por satélite. Los satélites amplían su desarrollo de punto a punto, de punto a multipunto y de difusión directa. Los de difusión directa son captables mediante antenas parabólicas colectivas o individuales. Hay tres variantes: 1) satélites de primera generación de servicio fijo, satélites de distribución y de difusión. 2) La segunda generación lanzó los satélites de distribución, conocidos como satélites de semidifusión ya que han facilitado también la recepción individualizada. 3) Satélites de difusión directa al hogar (DBS) captables con antenas reducidas de unos 40 cms.
- d) Canales de televisión por cable: El paso de la tradicional televisión por cable coaxial a la de fibra óptica ha permitido incrementar enormemente las opciones de canales. La televisión por cable consiste en la transmisión de la señal desde un centro emisor, que puede ser centro de producción o un simple emisor de programas, hasta el receptor sin mediar captación previa por antena. Es un

medio de transmisión de la señal desde un centro emisor, que puede ser centro de producción o un simple emisor de programas, hasta el receptor sin mediar captación previa por antena. Es un medio de transmisión de punto a punto que permite la exacta identificación de la audiencia y el desarrollo de la comunicación en dos direcciones, es decir, interactiva.<sup>25</sup>

#### **4.1.7- Breve historia de Chalatevisión.**

El servicio de cable Chalatevisión surge con la idea de Raúl Sosa, un empresario emprendedor que estaba interesado en incursionar en el mundo de las nuevas tecnologías que estaban entrando al país en los años 90, década en la que empezó a funcionar el cable a nivel nacional, es entonces en 1996 cuando Raúl Sosa inició la venta del servicio de Cable en la Calle Dolores Martel de la cabecera Departamental de Chalatenango, logrando llegar en pocos años a gran cantidad de familias, quienes vieron este esfuerzo como una gran alternativa para entretenerse y ya no estar viendo siempre lo mismo que les producían los canales locales.

A finales de los 90´ eran pocas las familias que estaban suscritas a Chalatevisión, debido a que no todas las familias tenían los recursos para acceder al servicio, pero con el paso de los años, se fueron sumando más personas interesadas en contratar el servicio. Hoy en día es una cantidad elevada de familias que se han sumado a esta nueva opción de ver televisión por cable, y no solamente se está cubriendo a nivel de cabecera departamental sino que Chalatevisión se ha extendido a varios municipios aledaños a la cabecera.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Cebrián Herreros, Mariano, “Información Televisiva”, mediaciones, contenidos, expresión y programación. Editorial Síntesis, Madrid, 1998. Pág. 100).

<sup>26</sup> Ruán, Mariano, e  
Empleado de Chalatevisión.

## 4.2- ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO:

### Estudios de recepción.

**E**n el Salvador los estudios de recepción que se han realizado han sido muy pocos y bastante limitados porque la mayoría de investigaciones enfocadas a la comunicación se han referido a los productores o medios de comunicación y al mensaje, pero de forma escasa se han referido al receptor. Es por ello que se considera un motivo importante por el cual se desarrolló la investigación acerca del estudio de recepción y propuesta de programación al servicio de cable Chalatevisión, porque es interesante conocer los puntos de vista de las audiencias, ya que en el país se toma muy poco en cuenta la opinión de éstas.

Para la investigación “Estudio de Recepción y Propuesta de Programación del servicio de cable Chalatevisión” ha sido necesario utilizar el insumo proporcionado por otros estudios que abordan aspectos generales sobre conceptos de recepción, televisión en general, televisión local, y programación. Y aunque si se han encontrado estudios de recepción, no se han encontrado en específico estudios de recepción de televisión local, por esa razón es un obstáculo para el desarrollo de la investigación porque no se cuenta con un punto de partida ante una temática muy poco explorada y que sirviera además como parámetro para realizar este análisis.

Los estudios de recepción no son un tema nuevo. Llevan ya un largo camino recorrido en América Latina. El Salvador no ha sido la excepción en el “parto largo y difícil”. Mucho tiempo y discusiones han pasado en nuestros países antes de lograr “sacudirse la racionalidad propia de los estudios de efectos de los medios con su concepción segmentativa y, a la vez, simplista y reduccionista del proceso de la comunicación como uno compuesto por dos momentos diferenciables: la emisión y la recepción.”<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Orozco, G. (2002). Travesías de la recepción en América Latina. En Guillermo Orozco (comp.) *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. (págs. 15-23). Bogotá: Norma.

En nuestro país, esta discusión apenas y se ha llevado a cabo. Las publicaciones académicas son muy reducidas e incipientes y la cultura de la discusión interinstitucional, del intercambio entre distintas universidades, es algo que apenas se ha iniciado.

Cuando hablamos de estudios de recepción, podemos decir que son los que tienen menor tiempo de haberse realizado, en comparación de los estudios que se refieren al productor y al mensaje; en cuanto a esto, podemos mencionar un trabajo realizado por Amparo Marroquín Parducci, el cual se titula **“Los estudios de recepción en El Salvador - Urgencias y posibilidades”**, en dicho trabajo se busca una aproximación a los trabajos y la investigación que desde otros ámbitos de la sociedad se han elaborado en cuanto a recepción.

Este trabajo está dividido en tres partes. En un inicio se aproxima a la conformación al campo académico de la Comunicación, donde se habla acerca del surgimiento de las carreras en las distintas universidades con un comentario rápido sobre el trabajo que desde cada institución se ha realizado. En esta etapa se muestra una diversidad de estudios realizados en las universidades de El Salvador, en donde Parducci, hace énfasis que la única institución que plantea el término de recepción en todos sus trabajos es la Universidad de El Salvador.

Los trabajos elaborados ahí sobre el tema de recepción inician en 1996. Según Parducci, desde ese momento plantean ya algunas aproximaciones cualitativas al fenómeno que nos interesa. Da la impresión que esta aproximación, más que ser el resultado de un proyecto académico consolidado por los docentes de dicha academia, responde al interés del profesor Mario Cantarero que es quien ha dirigido todas las investigaciones. En un segundo momento, se acerca al trabajo sobre recepción y audiencias.

Para enmarcar el proceso Parducci retoma algunas voces que ilustran la discusión latinoamericana sobre el tema y, desde ellas, ha trabajado un primer itinerario de lo que ha sido la investigación sobre recepción en El Salvador y finalmente, propone algunos desafíos y posibilidades que encuentra en dicha investigación que, desde los procesos actuales de nuestra sociedad, cobra especial relevancia y tiene todavía mucho por caminar.



Este trabajo se considera que es de mucha utilidad para los académicos que quieran abordar al receptor dentro de sus investigaciones, debido a que se considera bastante completo.

A diferencia de lo anterior se ha tomado en cuenta también un trabajo más específico en cuanto a la televisión y sus audiencias ; el cual fue elaborado por Mario Cantarero y se titula **“Periodismo Televisivo en El Salvador”, audiencias, formatos e implicaciones sociales**. Dicho trabajo, presenta un panorama sobre el periodismo televisivo en nuestro país, el cual incluye una caracterización del medio local y una puesta en perspectiva a partir del ecosistema comunicativo, en el cual aparece la televisión por cable, cuyos contenidos y formatos conllevan a un replanteamiento del periodismo y de su respectivo impacto social.<sup>28</sup>

Este aporte es de suma importancia, debido a que es un estudio que esta hecho en El Salvador, además este es un gran aporte a la base teórica de mi investigación debido a que Cantarero manifiesta la posibilidad de reiterar que el periodismo televisivo en El Salvador es el medio de comunicación social preferido de la ciudadanía, por lo cual se convierte en el espacio que genera opinión pública sobre los temas del presente social actual.

Además, se reconoce que el medio televisivo se ha constituido en un espectáculo que entretiene y, consecuentemente, el que genera mayor confianza, como lo evidencian la mayoría de encuestas mediológicas, según manifiesta Cantarero en su trabajo.

Además se considera que es un trabajo bastante completo porque aborda también a la televisión por cable que sin duda alguna es un fenómeno bastante nuevo en nuestro país y sus aportes vienen a servir de apoyo para investigaciones acerca de la televisión y los gustos de las audiencias.

---

<sup>28</sup> Cantarero, Mario Alfredo “Periodismo Televisivo en El Salvador”: Audiencias, formatos e implicaciones sociales, artículo en Sala de Prensa ([http/ saladeprensa.org/art607.htm](http://saladeprensa.org/art607.htm))

En cuanto a estudios que hablen acerca del servicio de cable se ha encontrado una tesis acerca de la **“Historia de la televisión por cable en El Salvador”**, realizada por los periodistas Antonio de Jesús Villalta y Carlos Ernesto Rugadas en el año de 1997, en la Universidad de El Salvador, la cual hace énfasis en la historia de cómo se inició el servicio de cable en El Salvador, y además presenta una serie de características por las cuales las audiencias prefieren la televisión por cable. <sup>29</sup>

Este trabajo se ha tomado en cuenta debido a que mi investigación se enmarca en un estudio de recepción a un servicio de cable.

En este trabajo se identifican ciertas implicaciones en las comunicaciones del país, las cuales se pueden tomar en cuenta para mi investigación, debido a que se pretende elaborar una propuesta de programación.

Entre dichas implicaciones podemos mencionar que en el mercado comunicacional del país, se evidencia que su programación noticiosa es punto de referencia para los espacios informativos de los canales locales, con base a la competencia que se ha generado, de alguna manera, entre los canales locales y los internacionales. Según los investigadores de este trabajo la televisión nacional tendrá que diseñar y aplicar políticas informativas más modernas, como el establecimiento permanente de un periodismo de investigación, como un método para tratar informativamente los hechos de largo alcance y de alcance permanente.

Ya hablando en el contexto de la planetización de la información, la noticia internacional circula más rápidamente a nivel nacional o viceversa; por esto se posibilita que la opinión pública global actúe sobre los propios acontecimientos, como ocurrió con la firma de los Acuerdos de Paz, en enero de 1992, al servir de referencia para otros procesos de pacificación, como el de Guatemala.

Pero ahora bien, para el usuario de la televisión por cable, que cada vez crece más la colectiva, se constituye en un medio a través del cual se le presenta el mundo como una realidad accesible, con cuya información se apropia de la acumulación histórico-cultural del mundo, y la actualiza en su práctica rutinaria.

---

➤ <sup>29</sup> Villalta, Antonio de Jesús y Rugadas, Carlos Ernesto “Historia de la Televisión por cable en El Salvador” (Tesis), Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador. 1997

Es evidente que este estudio manifiesta únicamente el surgimiento de la televisión por cable en El Salvador y sus repercusiones en el país, pero hay que mencionar que no habla acerca la programación local que se puede transmitir en un canal de cable, como se pretende realizar en mi investigación, hay que mencionar también que este trabajo fue hecho hace doce años y obviamente aunque este bien elaborado, ya estamos cayendo en una información que no es tan actual.

Por esa razón también se ha tomado en cuenta el trabajo” **La Televisión en El Salvador”, (canales) y las compañías de TV por cable y TV digital**” de Alicia Córdova, Luis Hernández, Alcides Herrera y Rocío Mena. Todos estudiantes de Seminario de graduación de la Universidad José Simeón Cañas para optar al grado de licenciados en Comunicación social en el año de 2005, quienes dieron continuidad al trabajo de tesis de Antonio de Jesús Villalta y Carlos Ernesto Rugadas, ambos estudiantes en proceso de grado de la universidad de El Salvador en el año de 1997 acerca de la historia de la televisión por cable en El Salvador, y con los aportes encontrados en esta tesis, fue de gran ayuda para los estudiantes de seminario de la UCA para poder abordar con más seguridad su trabajo.

**La Televisión en El Salvador”, (canales) y las compañías de TV por cable y TV digital**”, es una recopilación minuciosa de todo lo que es la historia de la televisión a nivel mundial y nacional, especificando quienes son los fundadores de la misma y haciendo énfasis en los primeros canales que existieron en el país, así como también la fusión que han tenido las empresas de cable con transnacionales como AMNET.

Este trabajo se considera muy completo porque se han tomado en cuenta diversidad de fuentes y se ha elaborado un análisis exhaustivo de todos los medios televisivos que existieron, así como también la recopilación de la mayoría de empresas de cable que existen en las principales ciudades del país, en donde podemos encontrar a Chalatevisión que es precisamente la que nos interesa en esta investigación.

Ahora bien, entrando a lo que es la televisión en el área local, se ha encontrado un trabajo de grado acerca de **“Televisión Comunitaria en Plaza Pública como instrumento de mediación social”** un trabajo elaborado por José Figueroa, Juan

Carlos Villafranco y Pablo Argueta, todos estudiantes en proceso de grado de Licenciatura en Periodismo de la Universidad de El Salvador, la cual fue realizada entre septiembre de 2005 y abril de 2006, el cual presenta una recuperación de la experiencia vivida en el municipio de El Paisnal, al norte del Departamento de San Salvador, durante los años del 2000 al 2002 y que fue impulsada por la Asociación de capacitación e Investigación para la Salud Mental ACISAM.

Dicho trabajo, da a conocer una experiencia de comunicación participativa, donde se utilizó el video comunitario como instrumento de mediación social y cultural, en el contexto salvadoreño actual.

Lo que se pretendió con este trabajo fue convertir la televisión comunitaria en instrumento de mediación social y cultural, además de contribuir al proceso de teorización en la aplicación del formato de televisión comunitaria como un instrumento de la comunicación participativa en El Salvador.

Es así como estos investigadores lograron gracias a esta experiencia, establecer un medio de comunicación oportuno y popular, el cual responde a las necesidades mismas de conocerse como personas, abordar sus relaciones sociales y desentrañar los aspectos culturales que los grandes medios no contemplan en sus agendas, ni en sus rentabilidades. Esta posibilidad fue la que permitió una mediación y transformación en el municipio de El Paisnal, específicamente en La Cabaña.

Eso es lo que se pretende se pueda lograr con esta investigación, porque teniendo un servicio de cable que tenga un canal que transmita producción local, obviamente se estaría logrando una mediación y transformación en la cabecera departamental de Chalatenango, porque con programación local se ayudaría mucho al desarrollo de la identidad de la ciudad de Chalatenango.

### 4.3- PERSPECTIVA O ENFOQUE TEÓRICO

Cuando hablamos de estudios de comunicación, podemos decir que con el paso de los años han venido cambiando de manera constante.

Hablando de los diferentes enfoques de la comunicación, podemos mencionar la división de los dos enfoques conocidos por todos; me refiero al enfoque positivista y empirista que aborda científicamente la realidad social; y por el otro lado se conoce también el enfoque que parte de un sentido crítico o dialéctico acerca de los fenómenos sociales.

Los enfoques positivistas sobre la comunicación de masas se desarrollaron básicamente en Estados Unidos, mientras que los críticos tuvieron su origen principal en Europa. en primer lugar fue el marxismo, y más adelante sus numerosas derivaciones en planteamientos denominados neomarxistas, todo esto se fundamenta en las aportaciones de la escuela de Frankfurt, y también podemos mencionar las contribuciones de los intelectuales de Althusser, Gramsci y Stuart Hall.

Los enfoques positivistas como ven la cosa en frío, no son un actor de cambio, se convierten en observadores positivos, además indagan las causas y la problemática desde afuera utilizando técnicas de investigación como la encuesta, usos y gratificaciones, análisis de contenido, análisis de la influencia personal, análisis de la influencia de los efectos.

Los enfoques críticos a diferencia del positivismo son de mejor compromiso no solo con los sujetos.

Además podemos decir también que el enfoque crítico en América Latina tiene trabajos a partir de 1960, 70', 80' en adelante, donde se utilizaron técnicas como la observación participante, la historia de vida, entre otras.

Ahora bien, luego de mencionar ambos enfoques, podemos decir que esta investigación se apega más al enfoque crítico porque a pesar que busca conocer las opiniones de la gente, que podría abordarse con el enfoque positivista, podemos decir que no es únicamente conocer las opiniones de la gente, sino también el porqué no se produce lo que la gente quiere; ahí se estaría hablando de investigar también otros puntos y no quedarse con la opinión solo de la gente, por eso se trabaja con el enfoque crítico,

porque no ha sido una investigación que se limite a estudios cuantitativos, sino también se tomaron en cuenta otras alternativas, entrando en el ámbito cualitativo.

Por esa razón es que se escogió al enfoque crítico para la elaboración del presente estudio, debido a que todos los factores que lo engloban hacen más acorde al enfoque crítico según el tipo de investigación.

Hay que recordar que una cosa es investigar el hecho desde afuera y otra muy diferente meterse en el lugar del hecho, a investigarlo ahí; obviamente voy a tener un mejor dato estudiándolo más de cerca y no desde afuera, tengo que involucrarme por esa razón se trabajó realizando entrevistas en profundidad también, no solo encuestas.

### **4.3.1- Aproximación teórica a los estudios culturales.**

Desde sus orígenes en la Escuela de Frankfurt, y hasta mediados de la década de 1970 con la economía política y el imperialismo cultural, los enfoques críticos habían considerado que los medios de comunicación tenían una capacidad ilimitada para manipular ideológicamente a las audiencias.

Para estos teóricos críticos, la percepción de las audiencias era muy similar a la de la aguja hipodérmica. Las masas estaban compuestas por individuos pasivos manipulables en quienes se inyectaba sin resistencia la ideología dominante.

Según C. Catalán y G. Sunkel (1991), la historia de las investigaciones comunicológicas en América Latina pasa por cuatro momentos fundamentales. Un primer momento, a partir de los años cincuenta, marcado por las tendencias funcionalistas y la orientación al estudio de los efectos, que venían de las psicologías experimentales norteamericanas, y que aquí tomaron la forma principal de estudios sobre la difusión de las innovaciones tecnológicas y de proyectos de comunicación para el desarrollo<sup>30</sup>.

En esta etapa se desarrollaron también estudios cuantitativos de audiencias y de opinión pública, realizados sobre todo en forma de investigaciones de ventas, a partir de los intereses comerciales de los patrocinadores.

Un segundo momento, que abarca desde finales de los sesenta hasta principios de los ochenta, se caracteriza por el dominio de las mencionadas corrientes críticas. En este período se comienza a rechazar el arsenal científico funcionalista predominante y se adoptan nuevos modelos foráneos, principalmente el estructuralismo francés.

La Teoría Crítica estaba preocupada fundamentalmente por el carácter estructural de los procesos, la trama mercantil de los medios y la dimensión ideológica de los mensajes (Martín Barbero, 1978). Para ello se nutría de alguna inspiración frankfurtiana, de cierto estructuralismo marxista (Althusser), de los enfoques semiológicos y de la llamada

---

<sup>30</sup> Catalán, Carlos y Guillermo Sunkel: "La tematización de las comunicaciones en América Latina" En: 'Comunicación' No. 76, pp. 4-26, Caracas, 1991.

teoría de la dependencia, proliferando las denuncias a la expansión de las transnacionales y al imperialismo cultural.

Martín Barbero divide este momento en dos etapas. Una primera etapa ideologista que "se produce a finales de los sesenta, cuando el modelo de Lasswell, procedente de una epistemología psicológico-conductista es vertido en el espacio teórico de la semiótica estructuralista, espacio a través del cual se hace posible su 'conversión', esto es, su encuentro con la investigación crítica. Llamó ideologista a esta etapa porque su objetivo estuvo centrado en descubrir y denunciar, articulando aquellas matrices epistemológicas con una posición de crítica política, las estrategias mediante las cuales la ideología dominante penetra el proceso de comunicación"<sup>31</sup>.

En esta etapa, el protagonismo de la denuncia ideológica y política resultó, con palabras de Barbero, una "esquizofrenia" que se tradujo en una concepción instrumentalista de los medios de comunicación, considerados meras herramientas de acción ideológica, mientras que los receptores -infelices dominados- no oponían ninguna resistencia, sólo pasividad y alienación.

Barbero clasifica una segunda etapa crítica como cientifista. Según él, desde mediados de los setenta "se abre paso otra figura precedida de este discurso: 'ya está bien de ideología y de denuncias, seamos serios y empecemos a hacer ciencia'. Entramos así en la segunda etapa que podemos denominar cientifista, ya que con ella el paradigma hegemónico se reconstruye basado en el modelo informacional y a un revival positivista que prohíbe llamar problemas a todo aquello para lo que no tengamos un método. La crisis que después de los golpes militares en el Cono Sur atraviesan las izquierdas latinoamericanas, con su secuela de desconcierto y de repliegue político, sería un buen caldo de cultivo para el chantaje cientifista"<sup>32</sup>.

Así, se pasó del modelo semiótico al informacional, con lo que se ganó en comodidad pero no en científicidad. De la manera en que se usó la Semiótica se siguió considerando la comunicación como un acto lineal y como un mero acto de transmisión de información, lo que vino a ser revalidado con el paradigma informacional. Los

---

<sup>31</sup> Barbero, Jesús: "De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía". Gili, México, 1987.

<sup>32</sup> Ibidem

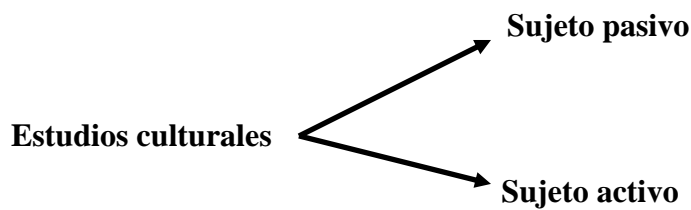


investigadores que buscaban un modelo que justificara su denuncia política y su apasionamiento ideológico no podían ver conflictos más complejos, en los que los sujetos eran algo más que meras víctimas del poder de los medios, de los gobiernos y de las transnacionales.

A finales de los 70', Stuart Hall había concluido, desde el análisis de los textos (mensajes), que la polisemia de éstos podría propiciar lecturas (interpretaciones) dominantes, negociadas u oposicionales en los receptores.

Ubica el proceso de la recepción como una práctica compleja de construcción social de sentido que identifica tres grandes modelos en la recepción.<sup>33</sup>

Según Orozco Gómez, el proceso de comunicación se concibe desde el ámbito del receptor como ámbito de la articulación de las prácticas sociales en un contexto de fuerzas de diversos tipos.<sup>34</sup>



---

<sup>33</sup> Morán, Carmen y Navas, Linda. “Recepción de elsalvador.com en estudiantes de comunicaciones de la Universidad de El Salvador, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, Universidad Doctor José Matías Delgado, Universidad Tecnológica y Universidad Don Bosco”. Tesis, Universidad de El Salvador (2009).

<sup>34</sup> Estudios culturales, material de Clase, seminario de graduación, Licenciatura en Periodismo Universidad de El Salvador. 2009.

#### 4.3.1.1- La Perspectiva latinoamericana

**E**l planteamiento presentado en el “**Estudio de Recepción y propuesta de programación educativa y de entretenimiento al servicio de cable Chalatevisión**”, tiene como fundamento teórico lo expuesto por los autores de la Escuela Latinoamericana de Comunicación, debido a que éstos consideran que un estudio de recepción es aquel que implica un esfuerzo multidisciplinar que incluye pautas y patrones culturales de cada persona al momento de recibir el mensaje.

Se conoce como "[Escuela Latinoamericana de Comunicación](#)" al desarrollo que la teoría de la comunicación tuvo en los países latinoamericanos, especialmente durante la segunda mitad del siglo XX. Durante el [siglo XIX](#) las formas de comunicarse en Latinoamérica dependían mucho de lo que sucediera en [Europa](#), especialmente en [Francia](#). Las escuelas estadounidenses tuvieron entonces poco influjo gracias a la barrera lingüística, por lo cual el desarrollo de una comunicación vista desde una perspectiva Latinoamérica se dio en general desde una influencia colonial española y francesa hacia la búsqueda de una identidad nacional propia. Esto sería un gran aporte al desarrollo de la teoría comunicacional porque en el caso latinoamericano esta sería muy sensible a los procesos sociales<sup>35</sup>.

Según Guillermo Sunkel la historia de las investigaciones comunicológicas en América Latina pasa por cuatro momentos fundamentales. Un primer momento, a partir de los años cincuenta, marcado por las tendencias funcionalistas y la orientación al estudio de los efectos, que venían de las Psicologías experimentales norteamericanas, y que aquí tomaron la forma principal de estudios sobre la difusión de las innovaciones tecnológicas y de proyectos de comunicación para el desarrollo<sup>36</sup>

Durante la década de los 60 se consolida la escuela latinoamericana desprendiéndose definitivamente de la estadounidense y cuestionando los modelos de comunicación impuestos en la región y al servicio de grupos de poder económico. Los primeros grandes críticos de la teoría de la comunicación latinoamericana cuestionan el orden

---

<sup>35</sup> Escuela Latinoamericana de Comunicación. <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>

<sup>36</sup> Sunkel, Guillermo. Una mirada otra. La cultura desde el consumo. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>.

mundial dominado por la información estadounidense y en gran parte europea y esbozan la tesis de un "nuevo orden mundial de la información y la comunicación.

En esta etapa se desarrollaron también estudios cuantitativos de audiencias y de opinión pública, realizados sobre todo en forma de investigaciones de ventas, a partir de los intereses comerciales de los patrocinadores.

La mayoría de estudios han sido referidos a las audiencias, rompiendo con los modelos tradicionales del productor y del mensaje. Podríamos decir que la Escuela Latinoamericana de Comunicación desarrolla el concepto de [comunicación alternativa](#) y [popular](#), especialmente durante la década de los 80 como aquella que es practicada por los grupos sociales no dominantes.

El surgimiento de la Escuela Latinoamericana de Comunicación (ELACOM) coincide al mismo tiempo con el surgimiento de la CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación), en 1959, la cual se constituyó en uno de los centros más importantes para el desarrollo teórico de la comunicación en la región, trabajando especialmente en el campo de la investigación de los procesos de la comunicación en las comunidades latinoamericanas y centrando su trabajo en los efectos que esta tiene entre los perceptores y cómo los procesos de comunicación pueden contribuir al desarrollo de una comunidad (transformación social).

Entre los autores que han destacado por sus trabajos son [Luís Ramiro Beltrán](#) ("Adiós a Aristóteles: Comunicación Horizontal"), [Daniel Pietro Castillo](#) ("Mattelart y Dorfman Para leer al Pato Donald", 1970), [Jesús Martín-Barbero](#) ("De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía", 1987).<sup>37</sup>

---

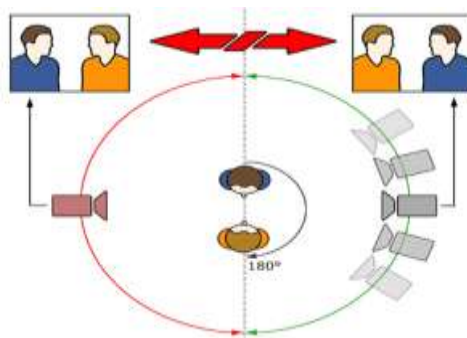
<sup>37</sup> Escuela Latinoamericana de Comunicación. <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>

#### 4.4- SISTEMA DE CONCEPTOS.

Esta investigación fija su estudio en los procesos de recepción, específicamente de la televisión, a través del servicio de cable de Chalatevisión, el cual brinda servicios en la Cabecera Departamental de Chalatenango e incluso de algunos municipios.

El concepto de recepción aplicado a este planteamiento, está ligado al uso social, el cual forma parte de las cinco principales corrientes que desarrollan y consolidaron la perspectiva crítica de las audiencias en América Latina, misma que servirá para esta investigación.<sup>38</sup>

El proceso tradicional de Comunicación indica que existe un emisor, un mensaje y un receptor.



- **Emisor:** Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona.
- **Receptor:** Es quien recibe la información. Dentro de una concepción primigenia de la comunicación es conocido como **Receptor**, pero dicho término pertenece más al ámbito de la teoría de la información.
- Todo esto según el modelo de Shannon y Weaver, estos son los elementos que deben darse para que se considere el acto de la comunicación, pero aquí hay que agregar también el **canal** que es el medio físico por el que se transmite el mensaje. También se habla de un **código** que es la forma que toma la información que se intercambia entre la Fuente (el emisor) y el Destino (el

➤ <sup>38</sup> Morán, Carmen y Navas, Linda. "Recepción de elsalvador.com en estudiantes de comunicaciones de la Universidad de El Salvador, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, Universidad Doctor José Matías Delgado, Universidad Tecnológica y Universidad Don Bosco". Tesis, Universidad de El Salvador (Tesis).2009.

receptor) de un lazo informático. Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere.

También se habla del **mensaje** que es lo que se quiere transmitir y por último la **situación o contexto** que es la situación o entorno extralingüístico en el que se desarrolla el acto comunicativo.

Es más todos los estudios de comunicación enfocan su atención en la producción del mensaje y en este mismo, olvidándose del receptor como una parte esencial del proceso comunicativo, es decir que la mayoría de estudios no toman en cuenta al receptor, sino que lo aíslan, sin analizar que es una parte fundamental en el proceso de Comunicación.

Según el investigador y comunicador salvadoreño, Mario Cantarero, recepción se entiende como un proceso donde se piensa, se interpreta y se crean significaciones propias. Todo este proceso, se conforma gracias a diversos tipos de elementos como la historia local, la historia personal, el contexto situacional de recepción y también de la experiencia de lectura de medios, así como podemos mencionar las relaciones que se dan en la familia y la sociedad en general (como en la escuela, el trabajo, vecinos, amigos).

Esto lleva a considerar que el receptor es un sujeto que se interrelaciona con el contexto, que pertenece a un tiempo, una identidad, una cultura, que está en constante socialización no solo con su entorno social sino también con los medios de comunicación.

Ahora que ya hablamos del receptor, enfoquémonos en las televidencias, algo más específico con este estudio que si está enfocado en las televidencias. Según la enciclopedia encarta 2008, Televidencia es el acto de ver televisión.

Un televidente es una Persona que ve las imágenes retransmitidas por televisión<sup>39</sup>

Pero ahora bien, hay que comparar con el significado que da Orozco Gómez (1991), en el caso concreto de la televisión se puede hablar de “televidencias” de primer orden

---

<sup>39</sup> <http://www.sudiccionario.com/largo/televidente.html>

cuando la interacción se realiza frente al televisor y posteriormente habrá otros niveles de televidencia ya que el referente “sale de la pantalla” y se va con el sujeto, apareciendo en otro tipo de interacciones cotidianas, en las formas de vestir, comer, bailar etc.

Por lo tanto, entender la diversidad de escenarios permite a su vez entender la diversidad de mediaciones posibles en los procesos de recepción. Aquí es pertinente tener presente que la interacción con un medio además de otras cosas es un catalizador de identidades profundas y memorias individuales y colectivas que precisamente afloran detonadas por los referentes mediáticos.

Es decir que televidencias no significa solamente sentarse frente al televisor para observar la programación que ahí se nos transmite, sino también ser observadores más profundos de lo que nos presenta la televisión, porque hay que recordar que se da un proceso de mediación entre la televisión y el receptor.

El término televidencias lo podemos relacionar con audiencias, que según Jenny Bustamante Newball de la Universidad de Los Andes, audiencias son las que se catalogan como sujetos activos e inmersos en un contexto histórico-cultural específico que influye en su interacción con los mensajes televisivos.

Ahora hablemos de Mediación, (Según Barbero) la mediación es una actividad directa y necesaria entre distintos tipos de actividad y la conciencia. La mediación es positiva y en cierto sentido autónoma: es decir, tiene sus propias formas. Por ello, de lo que se trata es de comprender la relación entre dos fuerzas como algo que es sustantivo por sí mismo, como un proceso activo en que la forma de la mediación altera aquello que es mediado.

Desde esta base conceptual lo que se intentará pensar son los modos de interacción e intercambio en el proceso de comunicación: en particular, las formas de mediación entre la lógica del sistema productivo y las lógicas de los usos sociales de los productos comunicativos.

Según Martín Barbero, la forma de la mediación entre estas dos lógicas es el *género*. Este es concebido “como una estrategia de comunicabilidad, y es como marcas de esa comunicabilidad que un género se hace presente y analizable en el texto”. También como estrategias de interacción, esto es “modos en que se hacen reconocibles y organizan la competencia comunicativa entre los destinadores y los destinatarios”<sup>40</sup>.

Lo que a su vez supone que la competencia textual no se halla presente sólo del lado de la emisión sino también de la recepción. “Cualquier telespectador sabe cuando un texto/relato ha sido interrumpido, conoce las formas posibles de completarlo, es capaz de resumirlo, de ponerle un título, de comparar y de clasificar unos relatos” (Martín Barbero, 1987).

A fin de precisar ese “lugar” desde el que es posible observar la interacción entre esas dos lógicas Martín Barbero propone partir la investigación desde “las mediaciones, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión”<sup>41</sup>.

Esos “lugares” serían aquellos en que se desarrollan las prácticas cotidianas que estructuran los usos sociales de la comunicación: la cotidianeidad familiar, las solidaridades vecinales y la amistad, la temporalidad social y la competencia cultural.

¿Cuál es la mediación que estos “lugares” cumplen en la configuración de la televisión? Según Martín Barbero se trataría de una doble mediación. Por un lado, la mediación familiar inscribiría sus marcas en el discurso televisivo forjando los dispositivos básicos de comunicación entre los cuales el autor menciona la simulación del contacto y la retórica de lo directo.

---

<sup>40</sup> Barbero, Jesús Martín, D.F. “De los Medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía, : Ediciones G. Gili, 1987

<sup>41</sup> IDEM

## **5- METODOLOGÍA**

### **5.1- CARÁCTER DEL TRABAJO.**

El carácter de esta investigación es mixto, porque es cuantitativo y cualitativo, con el fin de reunir mayores resultados que beneficien para todo el desarrollo del estudio.

Los científicos sociales en salud que utilizan abordajes cualitativos enfrentan en la actualidad problemas epistemológicos y metodológicos que tienen que ver con el poder y la ética en la generación de datos así como con la validez externa de los mismos<sup>42</sup>

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables, mientras que la investigación cualitativa evita la cuantificación<sup>43</sup>.

Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas. La diferencia fundamental entre ambas metodologías es que la cuantitativa estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas y la cualitativa lo hace en contextos estructurales y situacionales. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.

La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada

En el estudio de Recepción y propuesta de programación al servicio de cable Chalatevisión, se conoció los gustos y preferencias de las personas, en cuanto a lo que brinda el servicio de cable Chalatevisión, así como también que es lo que no les gusta, o que quisieran que Chalatevisión transmitiera, para ello se utilizó el método cuantitativo, con ayuda de la técnica de la encuesta.

---

<sup>42</sup> Métodos cuantitativos y cualitativos. [http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti/cuali/cuanti\\_cuali.esp](http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti/cuali/cuanti_cuali.esp)

<sup>43</sup> Strauss AL. Qualitative analysis for social scientific. New York: Cambridge University press, 1987.



Ahora bien, hay que recordar que si se quiere obtener un estudio más profundo no es adecuado limitarnos al uso de la encuesta, por esa razón se trabajó también la técnica de la observación participante directa para poder evaluar de cerca las actividades que realizan las personas que laboran en el canal 29.

La investigación es mixta porque se abordó la temática no solo a través de la técnica cuantitativa por medio de la encuesta, sino también desde la técnica cualitativa, a través de la observación participante debido a que de esa forma los resultados que se obtuvieron son más aceptados, ya que se observó directamente a los personajes que laboran en el canal 29, para ver sus alcances, fortalezas y limitaciones.

## 5.2- DEFINICIÓN DE LA MUESTRA O CORPUS DE ANÁLISIS.

Una muestra estadística (también llamada muestra aleatoria o simplemente muestra) es un subconjunto de casos o individuos de una [población estadística](#)<sup>44</sup>

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una [técnica de muestreo](#). En tales casos, puede obtenerse una información similar a la de un estudio exhaustivo con mayor rapidez y menor coste (véanse las ventajas de la elección de una muestra, más abajo).

Por otra parte, en ocasiones, el muestreo puede ser más exacto que el estudio de toda la población porque el manejo de un menor número de datos provoca también menos errores en su manipulación. En cualquier caso, el conjunto de individuos de la muestra son los sujetos realmente estudiados.

El número de sujetos que componen la muestra suele ser inferior que el de la población, pero suficiente para que la estimación de los parámetros determinados tenga un [nivel de confianza](#) adecuado. Para que el [tamaño de la muestra](#) sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo.

El universo de esta investigación es de 1000 personas y la muestra fué de un total de 160 familias de la cabecera departamental de Chalatenango.

<b>Colonias y barrios</b>	<b>Número de viviendas</b>
Barrio San Antonio -----	34
Barrio El Calvario-----	42
Barrio El Chile-----	40
Barrio La Sierpe-----	24
Barrio San José -----	10
Barrio el Centro-----	10

---

<sup>44</sup> definición del término muestra. (www.wikipedia.com).

Se ha determinado la cantidad de encuestas a cada barrio debido a la extensión de los mismos, en este caso, el Barrio San José y el Barrio El Centro poseen menor extensión, territorial, por esa razón se les asignó menor cantidad de encuestas.

Las características de las personas que se tomaron en cuenta para la realización de la muestra fueron las siguientes:

- Hombres y mujeres mayores de 18 años.
- Hombres y mujeres de los distintos barrios de la cabecera departamental de Chalatenango (barrios antes mencionados).
- Hombres y mujeres que sean suscriptores del servicio de cable Chalatevisión.
- Estudiantes y profesionales.
- Amas de casa y empleados del sector no profesional.

**-Observación participante:** Son un total de 2 semanas las que se visitó el set de programación del canal 29.

Esto se llevó a cabo la primera y segunda semana del mes de mayo de 2010 y se tomó en cuenta lo siguiente:

- Creatividad
- Contenidos a tratar
- Manejo del equipo
- Uso del lenguaje adecuado en los programas en vivo y Pre grabados.
- Desempeño de la producción
- Capacidad intelectual de los presentadores en el desarrollo de los contenidos.
- Desempeño del programador
- Equipo utilizado
- Vistosidad del espacio físico o set de grabación.

Lo anterior se tomó en cuenta durante la observación participante directa en el programa específico “Buena Vibra” que se transmite de lunes a viernes a las cuatro y treinta de la tarde.

En cuanto al monitoreo de la programación; éste se realizó los días 29 y 30 de junio de 2010 en donde se tomó en cuenta toda la programación que se dió en ese tiempo, haciendo un listado de toda la programación transmitida esos días

### **5.3- DETERMINACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN.**

En esta investigación se trabajó con dos tipos de técnicas, por el método cuantitativo con la técnica de la encuesta y para abordar el ámbito cualitativo del estudio, se utilizó la observación participante.

- **Técnica de la encuesta.** <sup>45</sup>

Hoy en día la palabra encuesta se usa más frecuentemente para describir un método de obtener información de una muestra de individuos. Esta muestra es usualmente sólo una fracción de la población bajo estudio.

No tan sólo las encuestas tienen una gran variedad de propósitos, sino que también pueden conducirse de muchas maneras, incluyendo por teléfono, por correo o en persona. Aún así, todas las encuestas tienen algunas características en común.

Las encuestas se pueden clasificar por: entrevistas por correo, entrevistas en persona y entrevistas por teléfono.

El tipo de encuesta utilizada en esta investigación es la de entrevista en persona, debido a que se requería recoger una información más compleja, y fue necesario realizarla en persona, porque si la persona que llene la encuesta tiene alguna duda, el investigador que llenaba la encuesta, podía ayudarle rápidamente. Esta encuesta constó de varias variables.

#### **Técnica de la Observación participante:**

Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno y tomar información y registrarla para su posterior análisis.

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

Existen dos clases de observación: la Observación no científica y la observación científica. La diferencia básica entre una y otra esta en la intencionalidad: observar científicamente significa observar con un objetivo claro, definido y preciso: el investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica

---

<sup>45</sup> Ver anexo 4, formato de encuesta.

que debe preparar cuidadosamente la observación. Observar no científicamente significa observar sin intención, sin objetivo definido y por tanto, sin preparación previa.

Es por esa razón que la observación participante que se utilizó en esta investigación si es de carácter científico debido a que el objetivo con el cual se observó es para medir el nivel de capacidad que tienen las personas que laboran en el canal 29, incluyendo las dificultades de producción y manejo del desarrollo de la programación, así como también ver en que pueden mejorar para que tengan más audiencia. Por eso se observó en vivo la ejecución de la programación del canal 29, y se permaneció constantemente en el set de transmisión y grabación del canal 29, para tomar apuntes, tomar fotografías, de todo lo que sea importante en el actuar de los personajes que laboran en el canal 29.

La observación participante se refiere a una práctica que consiste en vivir entre la gente que uno estudia, es decir estar en contacto con las personas que laboran en el canal 29 de Chalatevisión para poder llegar a conocerlos, a conocer su lenguaje y sus formas de vida a través de una intrusa y continuada interacción con ellos en su rutina de trabajo.

La observación es directa, debido a que fue la investigadora quien ejecutó la técnica interactuando personalmente con los personajes observados para conocer más acerca del fenómeno estudiado, además se tuvo una relación de apoyo con los miembros del equipo de trabajo del canal 29 de Chalatevisión, es decir que no se vio el fenómeno aisladamente, sino que se participó en dicha investigación.

Por el lado cuantitativo, la encuesta se realizó con un instrumento de 12 preguntas plasmadas en un cuestionario con nueve preguntas cerradas y tres abiertas, las cuales permitieron al usuario de Chalatevisión contestar con bastante libertad.

En cuanto al ámbito cualitativo, con la técnica de la observación participante directa, se evaluó al canal 29 específicamente en el programa “Buena Vibra” los aspectos considerados como más importantes como es el caso de los contenidos a tratar durante el programa, el lenguaje utilizado por los presentadores, el desempeño de la producción y el manejo del equipo, así mismo se apoyó dando ideas para el desarrollo de los temas que se trataban durante el programa y se colaboró también con el manejo de las cámaras de video durante el programa en vivo.

## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS Y EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

#### 6.1.1- Resultados de la Técnica de la Observación Participante directa.

Con la finalización del “Estudio de Recepción y propuesta de programación educativa y de entretenimiento al servicio de cable Chalatevisión”, se ha logrado cumplir con los objetivos planteados al inicio de la investigación.

Se presentan los resultados obtenidos durante la ejecución de la investigación, los cuales fueron obtenidos gracias al desarrollo de las técnicas cualitativa por medio de la observación participante directa y por el lado cuantitativo por medio de la encuesta.

Dentro de la observación participante directa podemos mencionar que se ha llevado a cabo durante dos semanas en el mes de junio, en las cuales se hizo presencia en el canal 29 aportando sugerencias en el desarrollo del programa “Buena Vibra”, transmitido en vivo de lunes a viernes de cuatro treinta a cinco treinta de la tarde. Durante la observación participante directa también se apoyó trabajando en el manejo de una de las cámaras durante el programa en vivo y se evaluó tomando en cuenta los aspectos: contenido, lenguaje, desempeño en la producción y manejo del equipo.(ver anexo 1)<sup>46</sup>

#### Observación participante directa.

Los resultados de la Observación participante, realizada en el canal 29 de Chalatevisión, se llevaron a cabo la segunda y tercera semana del mes de junio de 2010, desde el lunes 7 de junio al viernes 11 de junio y desde el lunes 14 al viernes 18 de junio del presente año.

Para llevar a cabo dicha técnica cualitativa se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- a) contenido
- b) lenguaje
- c) Desempeño en la producción
- d) Manejo del equipo.

#### Observaciones principales en toda la evaluación, con la técnica de la observación participante.

- a) **Contenidos:** no se prepara con anticipación el tema a tratar en el caso del programa buena Vibra que se transmite de lunes a viernes de 4:00 PM a 5:30pm, todo se hace improvisado, y se habla del tema que se les ocurre en el momento.

---

<sup>46</sup> (anexo 1): Cuadros resueltos de la observación participante.

**b) Manejo del lenguaje:** A pesar que la presentadora no ha tenido formación académica, se defiende muy bien ante las cámaras, lamentablemente no se prepara con anticipación en adquirir conocimiento previo a lo que se va a tratar en el programa.

**c) Desempeño de la producción:**

1. El productor se descuida mucho del canal, porque es raro el tiempo en que él está ahí, y en el programa Buena Vibra que se transmite a las cuatro de la tarde, él no muestra mucha dedicación por mejorarlo.
2. No se cuenta con una agenda de producción, las temáticas no se preparan con anticipación y a diario se improvisa los temas que se ocurren en el momento.
3. No se desarrolla una escaleta o guión a seguir durante el programa en vivo.
4. No se cuenta con personas capacitadas en el área de programación, cámaras y presentación.

**d) Manejo del Equipo:** Los jóvenes que se desempeñan como camarógrafos no tienen conocimiento necesario acerca de cómo usar una cámara de video, pero a pesar que no tienen formación profesional, sino empírica hacen lo mejor que pueden.

- Se tienen tres cámaras, dos de ellas funcionan, pero tienen ciertas fallas a veces, las dos cámaras que se usan para el programa en vivo necesitan ser revisadas.
- No se cuenta con equipo profesional para poder transmitir señal en vivo, pero a pesar de eso, el canal 29 está haciendo todo lo que está en sus manos por transmitir con los pocos insumos que se tienen.
- No se cuenta con una computadora extra para poder revisar ahí producciones, solo la máquina madre, que es donde se da la orden para transmitir al aire.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Ver anexo 2, imagen del canal 29



**e) En cuanto a los presentadores:**

Se cuenta con cuatro presentadores, los cuales están colaborando con el canal, dos de ellos (Tatiana y Calixto), conducen el programa en vivo “Buena Vibra” de lunes a jueves, mientras que (Luis y Nereyda) conducen el programa Buena Vibra los viernes y sábados.

Los presentadores de lunes a jueves, son muy serios a la hora de desarrollar los contenidos, mientras que los presentadores de viernes y sábado, tienen más elocuencia y carisma para conducir el programa, son más joviales y hacen que el programa no sea tan aburrido, al mismo tiempo que bromean, interactúan con la temática que están desarrollando.

No se les puede exigir que laboren todo el día y que desarrollen producciones en específico por el hecho de que solo son colaboradores del canal y no reciben ningún tipo de incentivo salarial, esta situación no permite que el productor exija a sus colaboradores a que trabajen mejor o que lo hagan en más tiempo.

**6.1.2- Propuesta de temas para el programa “Buena Vibra”, durante la ejecución de la técnica de la observación participante directa.**

**Propuesta de programación para el canal 29, semana del 25 al 29 de mayo de 2010 (No toda se cumplió debido a que era raro que el productor estuviera presente).**

<b>DIA</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>RECURSOS</b>
<b>Martes 25 de mayo</b>	<b>Vacuna H1N1</b>  Se puede agregar historia de porqué han creado la vacuna y que repercusiones puede tener en el público.	-Fotos de vacunas -fotos de personas que se están poniendo la vacuna, algún VTR u opiniones acerca de lo que opinan las personas de Chalatenango en cuanto a la vacuna de la influenza.
<b>Miércoles 26 de mayo</b>	<b>Modas Urbanas</b>  Explicar los movimientos de modas urbanas como los Emo, Punk, Rocker, se pueden pasar fotografías mientras lo explican. Hacer conciencia en los padres de familia para que se acerquen más a sus hijos.	-Fotografías de las distintas modas urbanas.  - Conseguir algún video de los emo, punk u otras modas u movimientos urbanos.
<b>Jueves 27 de mayo</b>	<b>Mamoplastia</b>  Tomar un tema en específico, puede ser la mamoplastia, el aumento de senos, por medio de implantes de solución salina o silicone.  Hacer conciencia en las jóvenes acerca de los riesgos que traen estas cirugías.	- Bajar un video de la mamoplastia. - Pasar fotografías de artistas que se han hecho implantes exagerados de senos. Como Sabrina de la hora pico.
<b>Viernes 28 de mayo</b>	<b>Anorexia y Bulimia</b>  Explicar que son estas enfermedades y la diferencia entre ambas.	-Bajar fotos de mujeres anoréxicas o bulímicas y algún video.  - si se puede buscar algún invitado, doctor o psicólogo.
<b>Sábado 29 de mayo</b>	<b>Insuficiencia Renal</b> Explicar en qué consiste la enfermedad y pasar al reportaje de la insuficiencia renal.	Utilizar el reportaje de la insuficiencia renal.

	<p>Al regreso hacer conciencia acerca de esta enfermedad.</p> <p>Dar consejos para prevenirla.</p>	<p>Si se puede llevar a algún médico que hable sobre este tema.</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

Esta propuesta de programación se presentó al productor del programa “Buena Vibra” del canal 29 de Chalatevisión, durante la ejecución de la observación participante.

De esta propuesta solo se llevaron a cabo 2 temas, debido a que no se vió empeño por parte del productor en ejecutar todos los programas que se estaban proponiendo.

Los presentadores no llegaron preparados para desarrollar el tema y tuvieron que improvisar a la hora de iniciar el programa, en las temáticas de la anorexia y la bulimia y las modas urbanas.

### **6.1.3-Análisis del monitoreo de programación del canal 29 los días 29 y 30 de junio de 2010.** <sup>48</sup>

El canal 29 de Chatevisión tiene en su programación una variedad de contenidos, entre los cuales podemos mencionar videos, películas, un programa en vivo llamado “Buena Vibra” y reportajes turísticos del departamento de Chalatenango.

Lamentablemente esta programación a pesar de que es variada, presenta bastante deficiencia en el aspecto de no poseer una clasificación adecuada para el público a la cual se dirige, es por esa razón que se califica como bastante desordenada.

Al observar los cuadros en donde se especifica la programación podemos darnos cuenta de que hay muchos errores en el área del programador, ya que hay demasiados cortes entre una programación y otra, ya sea en videos o películas y no hay una programación definida para cada día, simple y sencillamente el operador pone lo que se le ocurre en el momento sin pesar que pueda ser una programación no adecuada en un horario en donde hay muchos niños viendo la televisión.

Se pueden mencionar las siguientes fallas en el aspecto de programación:

- Hay muchos cortes sin transición entre videos y películas
- Presentan bastantes videos no identificados
- Hay mucha mezcla de ritmos diferentes en los videos
- No hay programación definida para cada programa.
- El audio utilizado en el reportaje realizado acerca de las fiestas de San Juan Bautista posee demasiado ruido.
- El reportaje de las fiestas en honor a San Juan Bautista lo repiten demasiado en el transcurso del día, esto tiende a aburrir al televidente porque es lo mismo que ya vió.

---

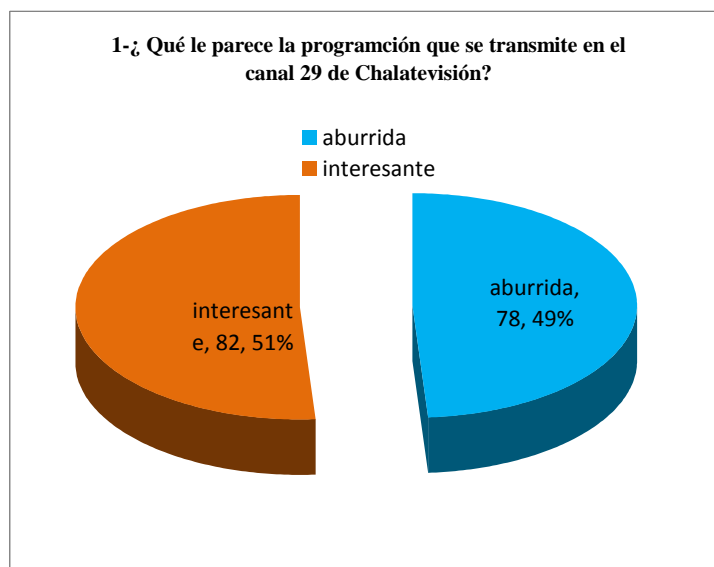
<sup>48</sup> (Anexo 3): Cuadro de monitoreo de programación del canal 29.

## 6.2- Resultados de la Técnica cuantitativa por medio de la encuesta.<sup>49</sup>

En cuanto al ámbito cuantitativo, se trabajó con la técnica de la encuesta, con 160 encuestas desarrolladas en los distintos ámbitos de la cabecera departamental de Chalatenango. La encuesta se elaboró con un instrumento de doce interrogantes, entre éstas nueve son cerradas y tres son abiertas, para que la gente pudiera opinar libremente de acuerdo al criterio que ellos pensaban.

Para facilitar la presentación de los resultados, las preguntas responden a los siguientes aspectos: gustos, preferencias, y sugerencias con respecto al canal 29 de Chalatevisión.

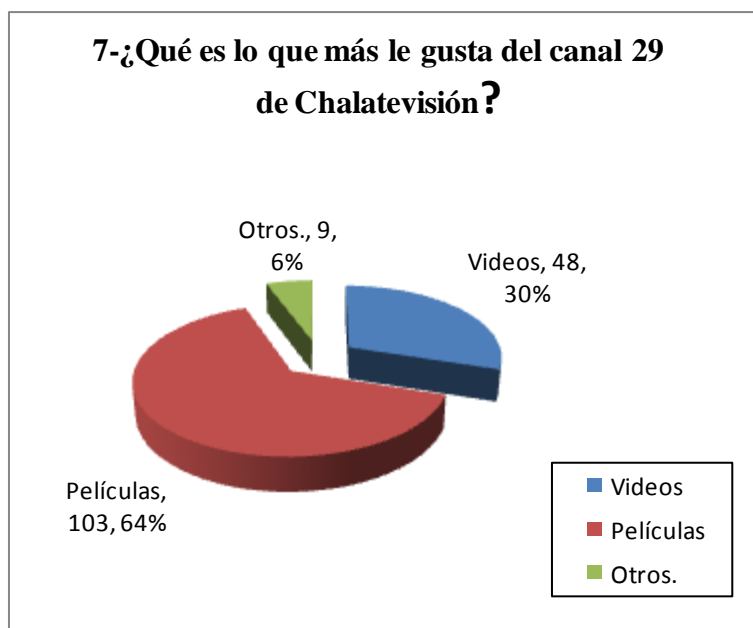
Es por esa razón que para el objetivo general número uno, la pregunta número **uno** da respuesta a la variable de los “gustos”, debido a que se pregunta si les gusta lo que se transmite en el canal, en esta variable 82 personas contestaron que la programación es interesante, mientras que solo 78 dijeron que era aburrida. Esto significa que el canal tiene una aceptación considerable ante los televidentes que la ven, a pesar que critiquen muchas cosas, pero no ha salido tan mal calificado.



<sup>49</sup> (Anexo 5): Datos tabulados de las encuestas.

Otra pregunta que da respuesta a los gustos es la número **siete**, debido a que hace énfasis específicamente a los televidentes, en qué es lo que más les gusta del canal.

Aquí un total de 103 personas respondieron que les gustaban más las películas y un total de 48 personas optaron por los videos y tan solo 9 personas decidieron que lo que les gustaba eran otros aspectos del canal. Esto significa que a los televidentes les gusta más las películas que los programas en vivo u otros.



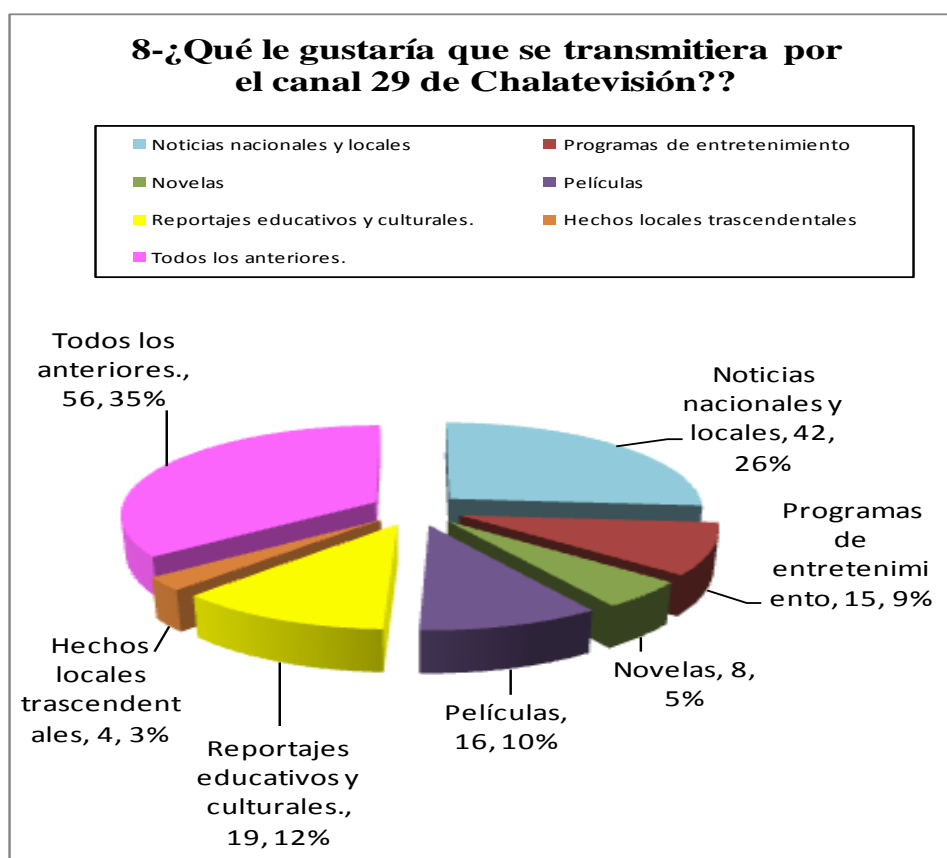
Es decir que a la gente no le interesa mucho el programa en vivo que presenta el canal todos los días de lunes a viernes, porque la gente se enfoca más que todo en que lo único que rescatan del canal son las películas que ahí se transmiten.

Pero esta interrogante relaciona a la pregunta número cinco, la cuál expresa ¿Cómo define la programación del canal 29 de Chalatevisión? Aquí la mayoría de encuestados manifiestan que definen la programación como entretenimiento con un total de 97 personas que contestaron de esa forma, dejando un mínimo de 63 personas que dieron opiniones diferentes a ésta.

Por lo anterior se manifiesta que el canal 29 brinda puro entretenimiento en su programación y no está educando a sus televidentes con programas que ayuden a la localidad a desarrollarse.

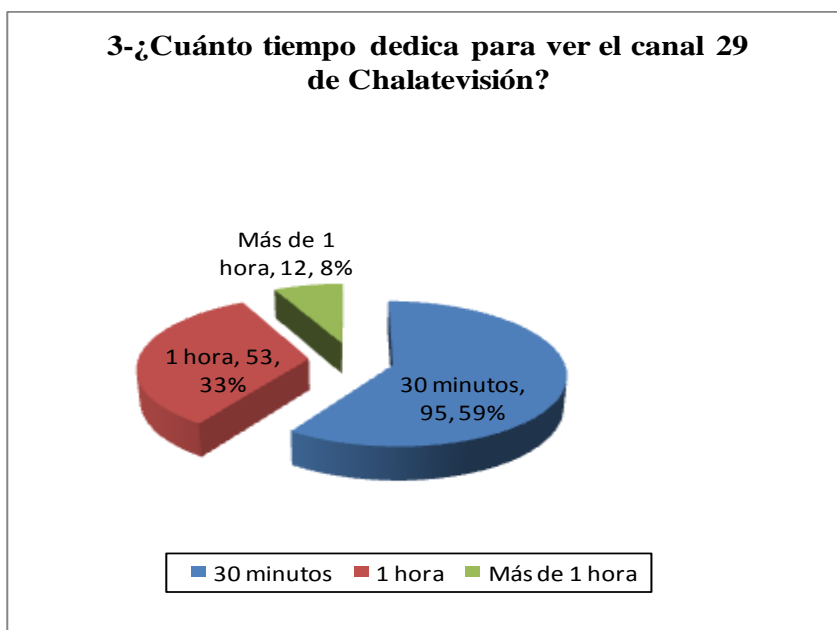
La variable de preferencias, corresponde a la pregunta ocho, -¿Qué le gustaría que se transmitiera por el canal 29 de Chalatevisión? En esta interrogante se presentan las opciones para que los televidentes decidan que es lo que prefieren ver en el canal. En específico se muestran siete opciones en las cuales la que obtuvo el mayor dato fue “Todos los anteriores”, eso significa que los usuarios de Chalatevisión quieren ver novelas, películas, videos, noticias nacionales y locales, y reportajes educativos entre otros, es decir que lo que se prefiere ver en el canal 29 es una programación variada que contenga de todo, desde el entretenimiento hasta lo más educativo.

(Ver gráfico en la siguiente página)

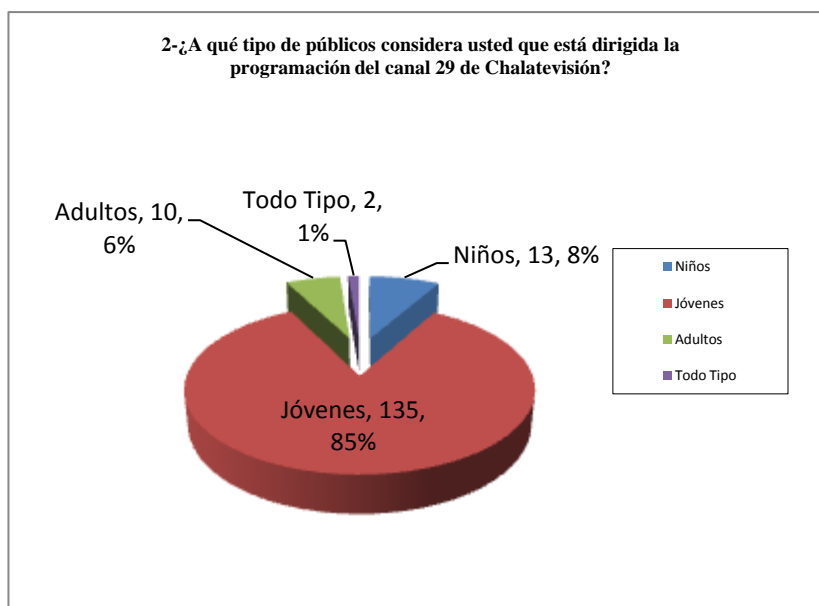


Es aquí en donde podemos enlazar también los resultados de las preguntas siete y cinco, debido a que se llega a una idea en la cual la gente solo identifica al canal 29 como un canal totalmente de entretenimiento y es en las respuestas de la interrogante número ocho en donde nos damos cuenta que lo que la gente quiere ver en el canal es noticias, es decir informaciones de carácter local que interesen a la comunidad.

La pregunta **tres** alcanza el objetivo general dos, el cual es identificar el tiempo que dedican los televidentes de Chalatevisión para ver el canal 29, con esta interrogante se da a conocer que la mayoría de personas que ven el canal, lo ven por un período mínimo de 30 minutos, es decir que los chalatecos no dedican mucho tiempo para ver el canal y la mayoría a la hora de contestar esta interrogante en la encuesta preguntaban si no podían poner menos tiempo, eso significa que no les interesa ver mucho tiempo el canal.



La pregunta número **dos** responde a los públicos a los cuales se considera que está dirigida la programación, esto entraría en la variable de los gustos. En esta variable, 145 personas contestaron que la programación está dirigida a jóvenes, debido a que el único programa que poseen en vivo es dirigido a jóvenes y durante todo el día la mayoría de programación es de videos, dichos videos son en un 80% de perreo y hip hop, ritmos que solo les gustan a la juventud.





Esto significa que el canal 29 está dirigido a una programación de jóvenes únicamente y no tiene ningún espacio para niños, ni adultos como es el área de un noticiero, que es lo que la mayoría de adultos quiere ver.

El canal se identifica por transmitir únicamente videos y películas, y de vez en cuando reportajes acerca de algo que acontece en la localidad, pero no tiene ordenada una programación para que la gente pueda calificar el canal como un canal local con contenidos variados, porque la mayoría de veces es lo mismo lo que se transmite.

Esto se ve plasmado en los resultados que dan las encuestas.

Entrando en la variable de las sugerencias, podemos identificar a la pregunta número once, la cual dice ¿Qué sugerencias daría usted a Chalatevisión en cuanto a la programación del canal 29?

Con esta pregunta estamos haciendo énfasis en las sugerencias que el televidente le da al canal 29, en su caso a la dirección del mismo para que éste mejore sus fallas.

Aquí encontramos las siguientes ocho sugerencias que se han plasmado directamente de las encuestas porque son las que más se repetían en los instrumentos:

- 1- Que den contenidos informativos, noticias, videos de todo tipo no solo repetidos de lo mismo.
- 2- Que el canal no sea solo comercial
- 3- Que no repitan tanto la misma programación.
- 4- Que tengan presentadores más profesionales
- 5- Que cuando estén transmitiendo una película no la corten a la mitad.
- 6- Que eviten las fallas técnicas cuando están al aire, como es el caso de cuando las cámaras se apagan de repente.
- 7- Que transmitan información deportiva de carácter local.
- 8- Que se preparen más los presentadores para que a la hora de estar al aire sepan de que van a hablar y que no improvisen

## CAPÍTULO VII

### PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN AL SERVICIO DE CABLE CHALATEVISIÓN.

Se presentan tres propuestas de programación variada, la cual consta de tres programas diferentes dirigidos a distintos públicos, con la cual se pretende lograr que la oferta de usuarios de chalate visión crezca debido a que contraten el servicio de cable para tener acceso al canal local que les presente una programación digna en donde se valore el aspecto educativo de la mano con el entretenimiento.

#### **7.1- Programa “Zero Límitz....!!”**

Una opción diferente para ver televisión local; este programa está dirigido para un público de 12 años en adelante en donde se pretende mostrar a Chalatenango temas interesantes acerca de contenidos que no se tocan a diario en el hogar, y la escuela.

El programa consiste en hacer una mezcla de entretenimiento y contenidos educativos que ayuden a los televidentes a conocer temáticas que no son tratadas a diario en la escuela o en el hogar.

Se tendrá un segmento de opinión en donde los chalatecos podrán dar sus puntos de vista acerca de determinados temas, frases o palabras que resulten extrañas para algunas personas, además se contará con la participación de invitados especiales, los cuales darán un aporte diferente y más amplio al que posean los presentadores.

El programa será transmitido los sábados de 6:00 pm a 8:00 pm.<sup>50</sup>

#### **7.2-Programa “Pueblos y más destinos”**

Lo que se busca con este programa es hacer crecer el turismo en Chalatenango, mostrando la belleza que este departamento con 33 municipios posee.

El programa consistirá en mostrarle a los televidentes los 33 municipios del departamento, con sus fiestas y aspectos que caracterizan a cada uno de ellos, así como también reflejar la cultura y las tradiciones que éstos poseen, descubriendo lugares que aún no son explotados turísticamente.

---

<sup>50</sup> Ver anexo 6, Propuesta de programación ,“Zero Limitz”

El programa iniciará solo en el departamento de Chalatenango, pero más adelante se extenderá a nivel nacional.<sup>51</sup>

---

<sup>51</sup> Ver anexo 7, Propuesta de Programación, “Pueblos y más destinos” (Programa turístico)

## CAPÍTULO VIII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 8.1 - CONCLUSIONES

La cabecera departamental de Chalatenango es pequeña, pero cuenta con las familias suficientes para poder explotar el recurso comunicacional más utilizado por la mayoría de ciudadanos, es por ello que se requiere de un canal local que reúna las características necesarias para poder reunir todas las expectativas de la población.

Un canal local debe desarrollar una serie de programaciones que beneficien a la comunidad y que ayuden a ésta a desarrollarse, presentado contenidos variados, educativos y entretenidos que resalten la importancia del área.

El servicio de cable Chalatevisión a través del canal 29 he hecho el intento de llegar a los hogares de la mayoría de familias en toda la cabecera departamental, y a pesar que lo ha logrado, no ha sido con tan buenos comentarios al respecto, aunque si se valora el trabajo que se está realizando en el canal, pero la gente hace muchas críticas constructivas que ayudarían a mejorar el desarrollo del mismo.

- Una canal de televisión local debe resaltar mucho los acontecimientos que de la comunidad, ya sea de carácter informativo, de entretenimiento o educativo.
- El servicio de Cable Chalatevisión se ha posicionado como el número uno en la cabecera departamental de Chalatenango, debido a que la mayoría de familias están suscritas al mismo y esperan una respuesta en cuanto a las mejoras en las fallas de señal, debido a que el servicio les parece bastante bueno en cuanto a la oferta de canales, pero manifiestan los ciudadanos que deberían de mejorar su señal debido a que siempre que empieza a ver señales de lluvia, la mayoría de canales presentan problemas.

- En cuanto a la atención al cliente los usuarios de Chalatevisión han evaluado en una forma positiva a las personas que los atienden ya sea por teléfono o en persona cuando llegan a cancelar las facturas, eso es una buena referencia para decir que los clientes son bien tratados.
- El Canal 29 de Chalatevisión no tiene una programación definida pero la audiencia ya tiene una idea de que el canal existe y esperan ver sus rostros de vez en cuando en el canal siempre que ocurre una actividad en la cabecera departamental que el canal la cubra, ya sea religiosa, o evento social.
- Siendo un canal local no tiene una programación que llene las expectativas de los chalatecos, la gente quiere ver noticias, programas turísticos, videos que no sean cortados a la mitad y películas que sean transmitidas completamente, debido a que la mayoría de películas y videos que transmite el canal es raro que se transmitan por completo, ya que casi siempre son cortadas para dar paso a algún comercial u otro video, eso es lo que más critican las personas que fueron encuestadas, pues la gente quiere ver una película sin que dejen la historia a medias, además una programación debe estar definida no hacer sopa de videos a media película, eso lo único que genera es desorden visual y la gente en lugar de ver el canal nuevamente lo que hacen es cambiarlo.
- El canal posee muy poca producción en el aspecto de material grabado en la cabecera departamental para transmitirlo a los televidentes, debido a que utilizan más el recurso de Internet que el recurso de trabajo audiovisual realizado por expertos.
- Para trabajar en un canal local no se necesita gran equipo de producción especializado como cámaras de video, computadora, micrófono y un mezclador de video, agréguese también las luces, muebles, y todo eso de la escenografía; pero lo más importante es comenzar con ganas a levantar ese canal no en el aspecto comercial, sino en el aspecto productivo de la programación.

- Chalatevisión es un canal comercial y no da ningún beneficio a la comunidad en el aspecto de ayudar a las personas a solucionar problemas de la localidad, simple y sencillamente se basa en venderles a los negocios del departamento un espacio de publicidad para que sus ventas crezcan, sin importar si los anuncios que se venden son de buena o mala calidad.
  
- El poco contenido que el canal presenta se desarrolla en el programa “Buena Vibra”, transmitido de lunes a viernes de 4:00 a 5:30 de la tarde, siendo un programa conducido por jóvenes con ganas de trabajar a pesar de no obtener un salario ni siquiera como incentivo por vender su imagen en televisión.
  
- A pesar de sus aspectos negativos, el canal 29 se ha posicionado como el único canal local del departamento de Chalatenango, brindando programación variada de entretenimiento, y educativa, ya que el programa Buena Vibra a pesar que es conducido por jóvenes que no son preparados en el área de las Comunicaciones pero a pesar de eso ponen mucho de su parte y se intenta inculcar mensajes educativos a los televidentes a través de las temáticas que ahí se abordan.

## **8.2 - RECOMENDACIONES:**

### **Para el canal 29:**

- Diseño más ordenado de la programación
- Mejorar el equipo tecnológico, cámara de video que estén en buen estado.
- Capacitar a las personas que estarán a cargo de programar y presentar los programas.
- Utilizar el lenguaje adecuado en televisión
- Mejorar problemas de programación, cambio de imágenes, utilizar transiciones
- No cortar la programación cuando esta se encuentre a medias.
- Respetar los horarios del programa en vivo.
- No repetir tanto la misma programación (videos, películas, reportajes)
- No improvisar las temáticas a tratar en los programas en vivo, preparar los temas con anticipación y elaborar producciones referidas al tema.
- Apoyarse de fotografías, videos, audios, comentarios de la gente, para el desarrollo de los temas en el programa en vivo.
- Contratar a personas más capacitadas.
- Menos publicidad y más creatividad a la hora de realizar los comerciales.
- Más creatividad en el desarrollo de los contenidos del programa en vivo.
- Tomar en cuenta las opiniones de la gente.
- Establecer espacios en donde la gente aparezca en el diario vivir.
- Definir una programación en específico, no cortar la programación de improviso.
- Tener a una persona encargada de programar durante todo el día, debido a que no es adecuado dejar programada la computadora para que reproduzca los contenidos ella sola, porque sino se traba y el mecanismo visual es mal visto.

**Para los Periodistas:**

- Incorporarse al aprendizaje, actualización y utilización de las tendencias nuevas y prácticas del periodismo moderno, poniendo en práctica las nuevas tecnologías para el desarrollo de temas más interesantes.
- Realizar la labor periodística con base al profesionalismo y a la responsabilidad con los televidentes.
- No menospreciar el trabajo realizado por reporteros de televisoras locales, al contrario, éste trabajo se debe de apoyar con más empeño porque sirve para ayudar a la gente a que se desarrolle en su área.
- 

**Para los estudiantes de Periodismo y Comunicaciones:**

- Todos los estudiantes de Periodismo deben de adaptarse a todas las nuevas tecnologías y trabajar de la mano con éstas para sacar adelante un medio de Comunicación como es el caso de la televisión local.
- Ante las escasas oportunidades laborales, los estudiantes de periodismo deben tomar en cuenta a la televisión local como una alternativa importante para desarrollarse en el ámbito del periodismo, debido a que es desde aquí en donde se comienza y se puede llegar muy lejos.
- A partir de este estudio realizar nuevas investigaciones en relación al tema para que se profundice aún más en esta nueva forma de comunicación.

**Para las instituciones de Educación Superior:**

- Se aconseja incluir en lo planes educativos de las carreras de Comunicación Social y periodismo en El Salvador, las materias necesarias para conocer y comprender el ejercicio del periodismo en la televisión local, así como sus diferencias. Esto permitiría la enseñanza y facilitación de los conocimientos básicos sobre la televisión local, de la cual no se habla mucho en el área académica.
- Debería de tomarse en cuenta a la televisión local como un fenómeno a crecer, con el cual se pueden generar muchas oportunidades laborales.
- Incluir en los planes académicos como es la creación, funcionamiento y desarrollo de un canal local.



## Fuentes de consulta:

- **Bibliográficas.**

- ÁLVAREZ CÁCERES, R. “El método científico en las ciencias de la salud”. Las bases de la investigación biomédica. Madrid: Díaz de Santos, 1996.
- BARBERO, Jesús Martín, “De los Medios a las Mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía,; D.F. Ediciones G. Gili, 1987.
- BARBERO, Jesús Martín. “Procesos de Comunicación y matrices de cultura: Itinerario para salir..., , D.F.: Gustavo Pili, 1987.
- CATALÁN, Carlos y SUNKEL, Guillermo: "La tematización de las comunicaciones en América Latina" En: 'Comunicación', Caracas, 1991, No. 76, pp. 4-26.
- OROZCO, Guillermo “Travesías de la recepción en América Latina. En Guillermo Orozco (comp.) “Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina”. (págs. 15-23). Bogotá: Norma, (2002).
- OROZCO, Guillermo *Televisión y producción de significados*, México, Universidad de Guadalajara, 1994
- WIMMER, Roger D., y DOMINICK, Joseph R.. “La investigación científica de los medios de comunicación”, una introducción a sus métodos. Bosch, Casa Editorial S.A. 1996.
- VICHÉ, M. “ Animación, sistema de comunicación”. Grup Dissabte. Valencia. . (1991).
- Vilches, Lorenzo. “Manipulación de la información televisiva”, Buenos Aires, Ediciones Paidós Ibérica, S.A. 1989.
- Vilches, L. La televisión. Los efectos del bien y del mal. Paidós. Barcelona. (1993).

- **En Línea.**

- Bustamante Newball, Jenny. “Televisión, periodismo y audiencias: una aproximación a su estudio en América Latina. Universidad Central de Venezuela, Facultad de Humanidades.(artículo). 2009 [www.extramuros.com](http://www.extramuros.com)
- Cantarero, Mario Alfredo “Periodismo Televisivo en El Salvador”: Audiencias, formatos e implicaciones sociales, artículo en Sala de Prensa ([http/ saladeprensa.org/arte607.htm](http://saladeprensa.org/arte607.htm)
- Definición del término muestra. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)).
- Hernández Medina, Ileana “**Los estudios sobre comunicación masiva en América Latina**” Por <http://www.comminit.com/es/node/149942/37>
- López. José, Televisión Local: <http://abelsing.wordpress.com/2009/01/18/sobre-%C2%BFque-es-television-local/>
- -Barbero, Jesús Martín (1999): Aventuras de un cartógrafo mestizo en el campo de la comunicación. Revista Latina de Comunicación Social, 19.0 Recuperado el 18 de diciembre de 2008 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/64jmb.htm>
- Receptor Activo: <http://www.mdzol.com/mdz/nota/59678>
- Sunkel, Guillermo. Una mirada otra. La cultura desde el consumo. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>. Quirós, F. (2005). Sociedad civil y medios de comunicación. PP 19 – 26; en Martínez, M. (Ed.) (2005). El tercer sector y el audiovisual. Unidixital. Santiago de Compostela

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>
- Métodos cuantitativos y cualitativos.  
[http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti/cuali/cuanti\\_cuali.esp](http://www.fisterra.com/mbe/investiga/cuanti/cuali/cuanti_cuali.esp)
- Definición del término muestra. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)).
- Definición de televidente.  
<http://www.sudiccionario.com/largo/televidente.html>

### **Tesis**

- Córdova, Alicia. Hernández, Luis y otros. “La Televisión en El Salvador”, (canales) y las compañías de TV por cable y TV digital. (Trabajo de Seminario de graduación), Universidad José Simeón Cañas.
- Morán, Carmen y Navas, Linda. “Recepción de elsalvador.com en estudiantes de comunicaciones de la Universidad de El Salvador, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, Universidad Doctor José Matías Delgado, Universidad Tecnológica y Universidad Don Bosco”. Tesis, Universidad de El Salvador (Tesis).2009.
- Villalta, Antonio de Jesús y Rugadas, Carlos Ernesto “Historia de la Televisión por cable en El Salvador” (Tesis), Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador. 1997
- “Televisión Comunitaria en Plaza Pública como instrumento de mediación social”,

### **Otras:**

- Estudios culturales, material de Clase, seminario de graduación, Licenciatura en Periodismo Universidad de El Salvador. 2009

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

Resultados de la Observación participante, realizada en el canal 29 de Chalatevisión.

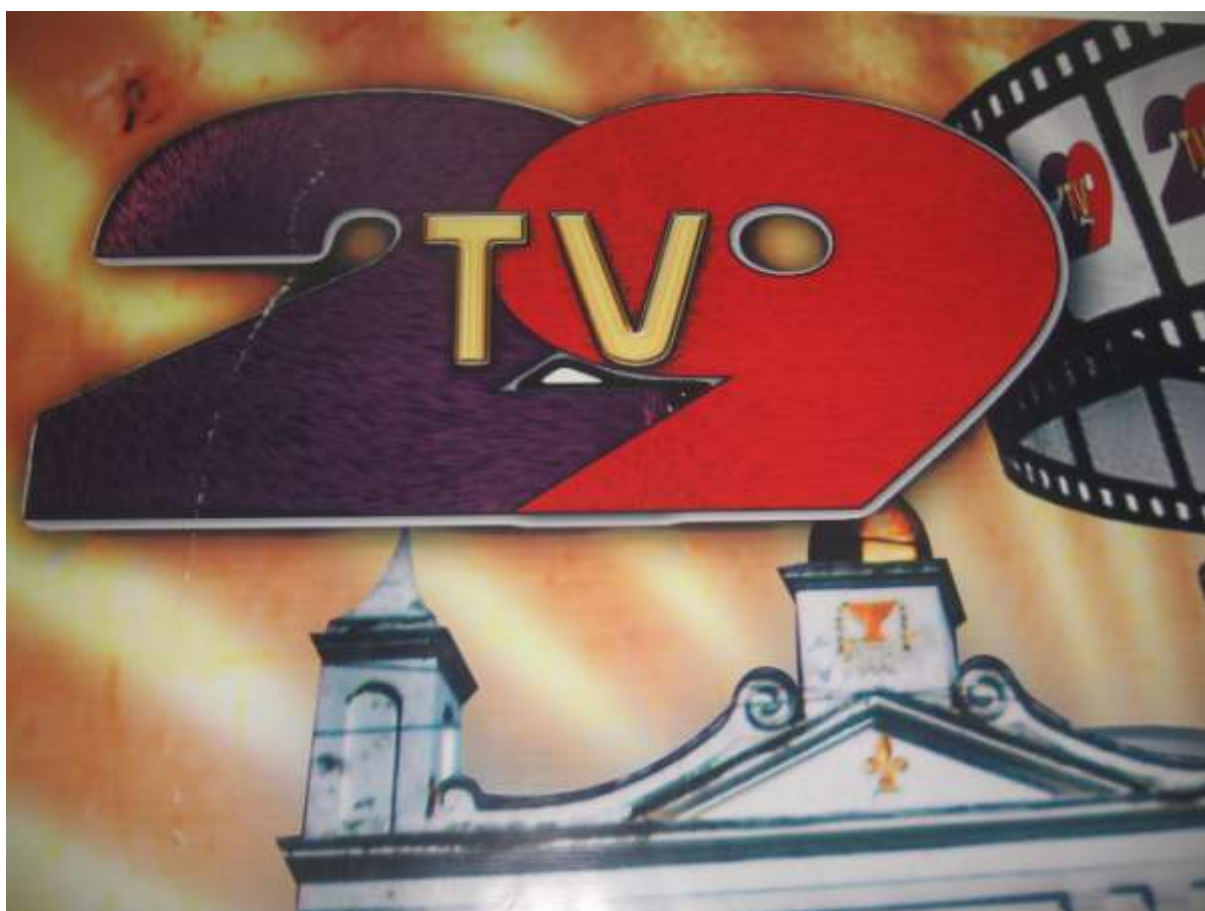
día	contenido	lenguaje	Desempeño en la producción	Manejo del equipo.
Lunes 7 junio de 2010	<p>El tema a tratar fue acerca de las alcantarillas de Chalatenango.</p> <p>- no se había preparado el contenido, todo fue pura improvisación</p>	<p>Se dio un poco de inseguridad por parte de uno de los presentadores.</p> <p>Ambos presentadores son demasiado serios a la hora de desarrollar la temática.</p>	<p>La producción estuvo deficiente, ya que no se tenía nada preparado, en el momento se pensó en qué iban a tratar.</p>	<p>Muy buen manejo del equipo, a pesar que tienen equipo que no es profesional, pero lo manipulan con seguridad, a pesar que hay poco recurso ponen mucho empeño en esta área.</p>
Martes 8 de junio de 2010	<p>No hubo contenido en específico.</p> <p>El programa se trató acerca de la gira que hizo pescozada en Estados Unidos.</p> <p>Se pasó un anuncio de Chalatevisión. Videos, bromas etc.</p>	<p>Muy concreto el lenguaje utilizado, a pesar que no había programa preparado, ni guión a seguir, pero hoy interactuaron bien los presentadores.</p>	<p>Deficiente, porque hay demasiada improvisación, pero a pesar de ello el productor sabe como salvar el programa, porque también participa como presentador y tiene mucha fluidez a la hora de interactuar con los demás.</p>	<p>Hay deficiencia en el programador porque a veces no está pendiente de lo que sigue a la hora de mezclar los cambios de cámara.</p>
Miércoles 9 de junio de 2010	<p>Abrieron el programa con espectáculos, pero la presentadora no interactúa bien frente a la cámara, es muy aburrida y no usa materiales de apoyo, como fotos de artistas o videos relacionados a lo que está hablando.</p>	<p>El lenguaje utilizado por la presentadora de espectáculos no es el adecuado porque no sabe pronunciar algunas palabras e incluso pronuncia mal los nombres de algunos artistas.</p>	<p>Hoy si hubo material preparado, específicamente un reportaje de la siembra de árboles que están llevando a cabo alumnos del Instituto nacional de Chalatenango.</p>	<p>Estuvo bastante bien, lastimosamente hay una cámara que no funciona bien la batería y se apaga constantemente, no es cuestión de quien la manipula, sino que el aparato no esta en buen estado.</p>

<b>DIA</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>LENGUAJE</b>	<b>DESEMPEÑO DE LA PRODUCCIÓN</b>	<b>MANEJO DEL EQUIPO</b>
Jueves 10 de junio de 2010	<p><b>Murales realizados por estudiantes de diseño gráfico de la Andrés bello.</b></p> <p>- durante el programa se recalcó a la población que cuiden de estos murales.</p>	<p>El lenguaje utilizado estuvo bastante correcto</p> <p>- En el reportaje presentado, hubo buen timbre de voz, buena presentación.</p>	<p>Hubo producciones preparadas y la presencia del productor durante todo el programa</p>	<p>No hubo muchos problemas técnicos, solo una vez hubo falso en una cámara, lo que produjo un corte de señal al aire.</p>
Viernes 11 de junio de 2010	<p><b>“Tribus Urbanas, la subcultura emo”</b></p> <p>Los presentadores hicieron un llamado a los padres de familia para que estén pendientes de sus hijos y las modas que adoptan.</p>	<p>Buen desempeño del lenguaje, a pesar que no había estudiado mucho el tema con anticipación, los presentadores pudieron desarrollarlo con bastante seguridad.</p>	<p>No se dio buen trabajo en la producción, debido a que a última hora se estaban subiendo las imágenes de las tribus emo.</p> <p>Las imágenes fueron proporcionadas por uno de los presentadores, no por la producción.</p>	<p>Se dieron problemas técnicos, cámaras que se apagaban, problemas en el área de programación.</p>
Lunes 14 de junio de 2010	<p><b>“Anorexia y Bulimia.”</b></p> <p>Se recalcó a las jóvenes que no sigan esas conductas por querer imitar a artistas famosas, ya que esto puede arruinar sus vidas, deteriorando su salud.</p>	<p>El lenguaje que utilizaron los presentadores no fue muy adecuado, debido a que no estaban muy seguros del tema, debido a que lo estudiaron a última hora, antes de iniciar el programa.</p>	<p>No había producciones preparadas.</p> <p>Se pasaron fotografías de mujeres anoréxicas, las cuales fueron proporcionadas por un presentador.</p>	<p>El programador tuvo problemas con los cables de las cámaras, porque éstas tenían falso y se perdió la señal por unos segundos.</p>

<b>DÍA</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>LENGUAJE</b>	<b>DESEMPEÑO DE LA PRODUCCIÓN.</b>	<b>MANEJO DEL EQUIPO.</b>
Martes 15 de junio de 2010	<p><b>“Las malas influencias.”</b></p> <p>- se transmitieron videos que eran ejemplos de las malas influencias y se comentaron.</p>	Excelente desempeño por parte de los presentadores, en el momento de desarrollar el tema, utilizaron un lenguaje muy agradable y adecuado al tema.	No había producciones preparadas por parte del productor, ni los presentadores.	Excelente manejo del equipo, debido a que no ocurrió ningún incidente.
Miércoles 16 de junio de 2010	<p><b>“El sida.”</b></p> <p>Se estaba comentando acerca del tema, mientras se iban mostrando las imágenes.</p> <p>-Durante el desarrollo del programa se transmitieron videos musicales.</p>	Lenguaje inseguro, debido a que no se habían preparado con anticipación los presentadores.	<p>No había producciones preparadas y el productor no estaba presente durante el programa.</p> <p>Se mostraron imágenes de personas que están en fase Terminal de VIH</p>	Problemas en el área de programación, había inseguridad en la persona que estaba programando.
Jueves 17 de junio de 2010	<p><b>“Daños de Ágata en Chalatenango”</b></p> <p>Se comentó acerca de todos los daños que hubo por la tormenta tropical Ágata en el departamento, pero no se mostró ninguna imagen.</p>	Inseguridad en el lenguaje por parte de uno de los presentadores.	No hubo productor presente.	Problemas en las cámaras, falso en los cables de las cámaras y descuidos por parte del programador.
Viernes 18 de junio de 2010	<p><b>“Los noviazgos a temprana edad.”</b></p> <p>Se explicó la problemática pero sin ninguna producción que hablara acerca del tema.</p>	Buen desempeño en el lenguaje, los presentadores se mostraron seguros ante las cámaras y a pesar que no iban preparados con	<p>No hubo producción.</p> <p>El tema se pensó diez minutos antes del inicio del programa y los jóvenes no estaban preparados,</p>	Hubo demasiados problemas técnicos, las cámaras se apagaban por problemas de conexión, el programador no estaba en su

		información recabada acerca de la temática que trataron, pero aún así se defendieron bastante bien.	desarrollaron el tema según sus conocimientos.	sitio todo el tiempo, y había un camarógrafo para dos cámaras.
--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------

**ANEXO 2: FONDO DEL CANAL 29** (utilizado para el programa “Buena Vibra”)



NOTA: El logo del canal no se ha anexado, debido a que el encargado del canal no lo quiso proporcionar, por eso se le tomó fotografía a esta imagen.



### ANEXO 3

#### Resultados del monitoreo de programación del canal 29.

<b>Programación</b> <b>Martes 29 de junio de 2010</b>	<b>Horarios.</b>
(Película navideña) "Scrush"	8:00: a.m.
(COMERCIALES) -Lubricentro Chalate full service	9:15:00 a.m.
-Corte a mitad de la película (sin ningún tipo de transición)	
- Cortina 29 TV	
- Contrata tu sistema de cable	
- anuncio Otto´s pizza	
-lubricentro Chalate full service.	
- anuncio "con Chalatevisión siempre ganas".	
- cortina canal 29	
Reportaje de las ruedas...	9:45.00
Cortina canal 29	
- <b>Continúa película.....</b>	10: 34:00
- <b>Cortaron la película de repente</b>	10:36:00
- Anuncio de agepym	10:37:00
-Anuncio Universidad Andrés Bello	10:50:00
-Anuncio CD Chalatenango	11:05:00
-Anuncio Atlantis	11:08:00
-Anuncio Caja de crédito	11:28:00
-Hojalatería Piquis Moreno	11:43:00
-Reportaje de las ruedas (solo imágenes sin locución), lo Cortaron sin que terminara quedando a medias y pusieron un comercial.	11:55:00
-Ciber Shop Triple A computadoras.	12:02:00
-Solaires Castillo	12:03:00
-Comercial Ovidio Deras	12: 04:00
- Súper Chalateco	12:04:30
-Cortina canal 29	12.05:00
<b>VIDEOS</b>	
"Don Omar" (lo cortaron antes que terminara)	12:08:00
"Aparentemente no", perreo	
I wanna love you ( snoop dog y akon)	
Video en inglés popo romántica, (no presentaba identificación el video"	
Chino y nacho, video de perreo	
"la voz de los fuertes" "pescozada"	
"Rosa Pastel " de Belanova	
"baby." Jostin Bieber	
Bowle, bowle. (video no identificado)	
"Abusadora" Wising y Yandel	
"banda de guargila"	
Panorama exclusivo ( reportaje acerca de los doblajes de voz en los cartoon más famosos), video bajado de Internet.	
- anuncio Solaires Castillo	



- Lubricentro Chalate full service	
- Anuncio "Chalatevisión la mejor imagen por cable"	
- Anuncio Agepym	
-Universidad Andres Bello	
-CD Chalatenango	
-Atlantis Anuncio	
- Comercial Ovidio Deras	
- 29 tv tu propio canal	2:00:00 pm
- Jay z, Beyonce., 03 Bonye y Clide	
-Reportaje de las Ruedas, (30 minutos) (lo cortaron de repente y pusieron un video de Eminem).	2:30:00 pm
Videos varios	4:00:00 pm
4:30 pm reportaje de las ruedas completo	4:35:00pm
- Bat Street (película)	5:00:00 pm
- película trabada	5:39:00pm
- anuncio Ottos Pizza	
- Lubricentro Chalate Full Service	
- anuncio " Con Chalatevisión siempre ganas"	
-anuncio Agepym	
- Anuncio Andres Bello	
- Anuncio CD Chalatenango	
- Anuncio Atlantis	6:00:00 pm

<b>PROGRAMACIÓN</b> <b>Miércoles 30 de junio de 2010</b>	<b>HORA</b>
<b>Película matutina: "El Perfume".</b>	8.00 AM
<b>Comerciales:</b>	9:00:00 am
- Lubricentro Chalate Full Service, Contrata tu sistema de cable, anuncio Otto´s pizza, Lubricentro Chalate full service, Anuncio "con chalatevisión siempre ganas", Cortina canal 29, Contrata tu sistema de cable, Cortina 29 TV , Anuncio Otto´s pizza, Lubricentro Chalate full service, Anuncio "con chalatevisión siempre ganas", Cortina canal 29.	
<b>Continúa película.</b>	9:10:00 AM
<b>Comerciales...</b>	9:20:00 AM
-Cortina canal 29	
-Otto´s pizza	
-Anuncio programa Agepym	
- Universidad Andrés Bello	
- Comercial Atlantis	
<b>-Videos....</b>	9:25:00
<b>-"hip hop" Hurricane Cris feat Big Popa.</b> (Durante el video, cintillo comercial clínica médica dr. Eduardo Menéndez).	9:28:00
<b>-Hip Hop: "A Bay Bay" by Urricane Cris.</b> (comerciales en cintillo, farmacia Belén y sorbetería Galán).	
<b>- Pop inglés: "Rude boy" by Rihana</b>	
<b>- Perreo: "Que lloren", by Ivy Queen</b>	
<b>-Fiestas chalatecas en honor a San Juan Bautista:</b> (se saltó a medio video) "imágenes de ruedas, dulces, desfile religioso, artesanías, gente comprando, acto cultural con payaso y	10:03:00

quiebra de piñatas.	
<b>Comerciales:</b>	10:04:00
<b>-Videos...</b>	
- Contrata tu sistema de cable’’ (Cortaron el video anterior para dar el comercial)	
- <b>videos</b> ...(sin cortina, o ninguna transición, cortaron y pasaron del comercial al video, cortando el comercial)	
- <b>Video</b> ... lo cortaron a la mitad y pusieron otro video de rock en inglés sin identificación.	
- <b>Video:</b> “Lo que no sabes tú”, by Chino y Nacho.	
- <b>Video</b> de electrónica, el video no presentaba identificación.	
- <b>Video</b> de Tego Calderón (a medio video lo cortaron y pusieron otro no identificado).	
- sin esperar que el video de Tego Calderón terminara, pusieron un video de contenido obscuro, de un hombre que sale de un baño público en la playa en condiciones no adecuadas para la vista de niños.	
<b>Bromas, “ de los pitufos”, (pitufo filósofo, pitufo bromista, pitufo tontín)</b>	
<b>Reportaje bajado de Internet:</b> “Arturo Mercado”, hombre que hace la voz de varios personajes de Disney, el reportaje fue producido por una televisora mexicana.	11:00:00
<b>Videos: “Can´t be tamed”, pop en inglés, by Miles Cirus.</b>	
<b>Video: pop en inglés, Samantha Rowson.</b>	
<b>Broma de japoneses (Bajado de Internet)</b>	
<b>Video:</b> Perreo, (no identificado, a medio video lo cortaron para poner otro de la canción de Michael Jackson we are the world, interpretada por artistas famosos.	
- <b>Video:</b> Pop en Inglés: “Love me” by Jostin Bieber	
- <b>Video:</b> Perreo, “La la la”, By Baby Ras y Gringo.	
- <b>Video:</b> Hipo hop en español, “Five of three” by Pescozada feat franco and eddy xp.	
- <b>Video:</b> Hipo Hop en inglés, Hurricane Cris.	
- <b>Video:</b> Eminem (nombre no identificado)	
- <b>Comercial:</b> Solaires Castillo	11:45:00
- <b>Video:</b> by Pitbull, “Huata gatta pitus berry”	
- <b>Video:</b> by Jowel y Randy “Un amor como el nuestro”	
- <b>Video:</b> by Farruco y Arcángel .	
<b>-cortina canal 29</b>	
<b>VIDEOS....</b>	
by Toby Love featuring Alexis y Fido “Don´t Cry”.	12:00:00
- <b>Video no identificado</b>	
by Aventura, “Lágrimas”.	
Perreo, by Ivy Quenn	
- <b>Video no identificado.</b>	
Hip Hop, by DJ featuring dydy.	
by Hurricane Cris, “Ratchel City”	

Regee. "Bob Marley"	
Perreo by Cosquilluela "Prrrrum".	
Salsa, by Marc Anthony, "Valió la Pena"	
by Enrique Iglesias featuring Juan Luis Guerra, "Cuando me enamoro"	
<b>- Pop Inglés: Britney Spears, " Just I need u baby"</b>	
<b>- comercial Otto's Pizza</b>	
<b>-Video: "Wind of change"</b>	
<b>-comercial Chalate Full Service</b>	
<b>-cortina Chalatevisión, Anuncio programa Agepym, Universidad Andrés Bello, cortina canal 29,</b>	
<b>-Continuación del reportaje de las fiestas patronales de Chalatenango en honor a San Juan Bautista. (danza las comaleras, las cortadoras, el carnaval de san miguel). - Presentación de artesanías. - Baile folclor chalatenango. -quema de pólvora china. -Entrevista al padre Williams -Entrevista a la directora de la casa de la cultura</b>	12:20:00
<b>Cortina canal 29</b>	1:00:00pm
<b>-Comerciales.</b>	
-Chalate Full Service ,Otto's pizza, anuncio Agepym, Universidad Andrés Bello, Comercial Atlantis, Caja de Crédito de Chalatenango, Hojalatería Piquis Moreno.	1:01:00pm
<b>- Fiestas patronales en honor a San Juan Bautista.</b>	1:15:00pm
<b>-Videos.</b>	
Perreo: by Calle Trece, " un beso de desayuno"	03:00:00pm
Rock English: No identificado	
<b>Promo canal 29</b>	
<b>Comerciales:</b> Chalate full Service y Agepym	
<b>Videos:</b>	
<b>Bromas de pitufos.</b>	
- Ranchera: by Vicente Fernández "El chofer"	
- Rock en inglés: No identificado	
- video de Banda de Guarjila, no presenta identificación.	
Perreo: "Te veo"	
<b>Comerciales</b>	
CD Chalatenango, Hojalatería Piquis Moreno, Triple A computadoras, Solaires Castillo, Comercial Ovidio Deras, Club Campestre Familiar, Universidad Andrés Bello.	
<b>Cortina canal 29.</b>	
<b>Videos: Rafi Pina "El Doctorado", perreo.</b>	3:45:00 pm
<b>Reportaje San Francisco Lempa</b>	03:50:00pm
<b>Videos perreo.</b>	04:30:00pm

## ANEXO 4 FORMATO DE ENCUESTA.

	<b>UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS HUMANIDADES</b> <b>DEPARTAMENTO DE PERIODISMO</b>	
<b>ENCUESTA SOBRE RECEPCIÓN DEL SERVICIO DE CABLE CHALATEVISIÓN</b>		
<b>INTRODUCCIÓN:</b> El presente documento es un instrumento de análisis que servirá como insumo de una investigación universitaria que permitirá determinar la recepción del canal 29 del servicio de cable Chalatevisión, en las familias que sean suscriptoras del mismo.		
<b>INDICACIONES:</b> Completa las preguntas que se te presentan a continuación; solo se puede contestar una variable.		
Nombre: _____ Género: M__ F__ Edad: _____ Ocupación: _____ Lugar de trabajo _____ Lugar de estudio: _____ Barrio: _____		

**1- ¿Qué le parece la programación que se transmite en el canal 29 de Chalatevisión?**

Aburrida\_\_ Interesante\_\_

**2- ¿A qué tipo de públicos considera usted que está dirigida la programación del canal 29 de Chalatevisión?**

Niños\_\_ Jóvenes\_\_\_\_ Adultos\_\_\_\_

**3- ¿Cuánto tiempo dedica para ver el canal 29 de Chalatevisión**

30 minutos\_\_\_\_ 1 hora\_\_\_\_ más de una hora\_\_\_\_

**4- ¿Qué contenidos le gustaría que se transmitieran en el canal 29 de Chalatevisión?**

Contenidos informativos\_\_\_\_ Contenidos educativos y culturales\_\_\_\_ Contenidos de entretenimiento\_\_\_\_

**5- ¿Como define la programación del canal 29 de Chalatevisión?.**

De entretenimiento\_\_\_\_ Educativa\_\_\_\_ Ambas\_\_\_\_

**6- ¿Considera usted que se esté manejando bien el recurso comunicacional?**

Si \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

Porqué: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**7- ¿Qué es lo que más le gusta del canal 29 de Chalatevisión?**

Videos: \_\_\_ Películas: \_\_\_\_\_ Otros:(especifique cuales) \_\_\_\_\_

**8- ¿Qué le gustaría que se transmitiera por el canal 29 de Chalatevisión?.**

a) Noticias locales y nacionales \_\_\_\_\_ b) programas de entretenimiento: \_\_\_\_\_

c) Novelas \_\_\_\_\_ d) Películas \_\_\_\_\_ e) Reportajes educativos y culturales \_\_\_\_\_

f) Hechos locales de trascendencia \_\_\_\_\_ Todos los anteriores \_\_\_\_\_

**9¿Cómo considera el servicio de atención al cliente que brinda Chalatevisión?**

Excelente \_\_\_\_\_ Muy bueno \_\_\_\_\_ Bueno \_\_\_\_\_ Malo \_\_\_\_\_

**10- ¿Qué aspectos negativos encuentra en el servicio de Cable Chalatevisión?**

Fallas de señal \_\_\_\_\_ muy pocos canales \_\_\_\_\_ precio de la mensualidad \_\_\_\_\_

**11- ¿Qué sugerencias daría usted a Chalatevisión en cuanto a la programación del canal 29?**

a \_\_\_\_\_

b \_\_\_\_\_

c \_\_\_\_\_

**12- ¿Qué información de carácter local le gustaría que transmitiera el canal 29 de Chalatevisión?**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## ANEXO 5

### RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

(Datos tabulados) Se encuestaron a 79 hombres y 81 mujeres.

pregunta	variable	resultado
<b>1-¿Qué le parece la programación que se transmite en el canal 29 de Chalatevisión?</b>	Aburrida	78
	Interesante	82
<b>2-¿A qué tipo de públicos considera usted que está dirigida la programación del canal 29 de Chalatevisión?</b>	Niños	13
	Jóvenes	135
	Adultos	10
	Todo público	2
<b>3- ¿Cuánto tiempo dedica para ver el canal 29 de Chalatevisión?</b>	30 minutos	95
	1 hora	53
	Más de una hora	12
<b>4- ¿Qué contenidos le gustaría que se transmitieran en el canal 29 de Chalatevisión?</b>	Informativos	38
	Educativos y culturales	55
	Entretenimiento	67
<b>5- ¿Cómo define la programación del canal 29 de Chalatevisión?</b>	De entretenimiento	97
	Educativa	3
	ambas	55
	ninguna	3
	Muy comercial	1
<b>6- ¿Considera usted que se esté manejando bien el recurso comunicacional?</b>	Si :	75
	No:	85

**(Sí) ¿Por qué?**

- Dan información de la comunidad.
- Informan de algunos eventos que pasan en Chalatenango.
- Se utiliza para resaltar la cultura del departamento.
- Se dan a conocer actividades culturales y educativas que se realizan en el pueblo
- Nos ayuda a conocer información de lugares turísticos.

**(No) ¿Por qué?**

- No hay personas preparadas en la rama de comunicación
- No brindan suficiente información.
- No proporcionan datos importantes.
- Deberían poner programas más entretenidos.
- No transmiten programas educativos que ayuden a la gente y jóvenes a enriquecer conocimientos educativos.
- Muy poco recurso comunicacional porque solo a pescozada ponen.
- Lo trascendental que pasa en el pueblo no lo informan.
- Los programas no son variados.
- Nadie tiene experiencia.
- No informan noticias locales.
- Hay desorden en la producción.
- Necesitan asesoría técnica y más formalidad.
- No informan, es muy comercial.
- La información es muy escueta y no cubren el total de información que la gente necesita.
- No hay seriedad.
- Pasan muchas tonterías, solo haciendo payasadas pasan y no se preparan antes del programa.
- Hacen un juego de toda la programación.
- Necesitan reporteros con más experiencia.
- No pueden expresarse bien.
- No aprovechan el canal para informar a la población acerca de problemas actuales.
- Falta de creatividad.
- Solo locuras sacan
- No hacen proyección social del departamento.
- No dan noticias locales.
- Falta opinión del público.
- No hay horarios estructurados para su programa, todo es un desorden y lo ubican donde quieren.
- No presentan un programa donde le den una visión crítica a la realidad.
- No se explota al máximo el recurso que se posee, falta de interés en la administración.

**7-¿Qué es lo que más le gusta del canal 29 de Chalatevisión?**

Videos	48
Películas	103
Otros.	9



Otros:		Deportes, obras municipales.
<b>8-¿Qué le gustaría que se transmitiera por el canal 29 de Chalatevisión?</b>	Noticias nacionales y locales	42
	Programas de entretenimiento	15
	Novelas	8
	Películas	16
	Reportajes educativos y culturales.	19
	Hechos locales trascendentales.	4
	Todos los anteriores.	56
<b>9-¿Cómo considera el servicio de atención al cliente que brinda Chalatevisión?</b>	Excelente	23
	Muy bueno	69
	Bueno	53
	Malo	15
<b>10- ¿Qué aspectos negativos encuentra en el servicio de cable Chalatevisión?</b>	Fallas de señal	111
	Pocos canales	17
	Precio mensualidad	32
<b>11-¿Qué sugerencias daría usted a Chalatevisión en cuanto a la programación del canal 29?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Que den contenidos informativos, noticias, videos de todo tipo no solo repetidos de lo mismo.</li> <li>- Que en la noche no corten la programación, que se mantenga las 24 horas.</li> <li>- Que comuniquen aspectos generales relevantes.</li> <li>- Que den más estrenos de películas.</li> <li>- Que el canal no sea solo comercial.</li> <li>- Que no repitan tanto la misma programación.</li> <li>- Que la transmisión sea hasta el amanecer.</li> <li>- Que den programas que eduquen a la población.</li> <li>- Que pongan programas con personas con más experiencia en el ámbito de las comunicaciones.</li> <li>- Que pongan las películas que pide la gente.</li> <li>- Programas interesantes, mejores conductores y mejor locación.</li> <li>- Que creen programas más dinámicos.</li> <li>- Que no programen videos tan viejos</li> <li>- Que tengan presentadores más profesionales.</li> <li>- Que no repitan los mismos videos, mucho los repiten.</li> <li>- Que contraten asesoría en el ámbito de las comunicaciones.</li> </ul>		

- Que los programas sean más activos y con más energía.
- Que cuando estén transmitiendo una película no la corten a la mitad.
- Que eviten las fallas técnicas cuando están al aire, como es el caso de cuando las cámaras se apagan de repente.
- Cuando tengan cámaras al aire no pongan videos así de repente...
- Que no hagan payasadas que no tienen ningún sentido en momento en que están al aire.
- Que se preparen más los presentadores para que a la hora de estar al aire sepan de que van a hablar y que no improvisen.
- Que hagan mejor uso del recurso de cámaras que no les corten la cabeza cuando están al aire los presentadores.
- Que brinden mayor información acerca de los problemas que enfrentan los jóvenes.
- Que quiten videos de guys y esas canciones ridículas.
- Que transmitan reportajes turísticos de Chalatenango.
- Que den oportunidades a otros jóvenes a desarrollarse en el medio televisivo.
- Hacer un noticiero local.
- Que transmitan información deportiva de carácter local.
- Que los presentadores utilicen un lenguaje más adecuado.
- Que sus presentadores sean más activos pero sin incoherencias.

**12- ¿Qué información de carácter local le gustaría que se transmitiera por el canal 29 de Chalatevisión?**

- Deportes
- Información acerca de hechos religiosos
- Todo lo que sucede en Chalatenango
- Eventos sociales que ocurren en Chalatenango
- Información deportiva
- Noticias locales de todo tipo, todo lo que ocurre que uno no se da cuenta.
- Información acerca de hechos de delincuencia para así estar enterados.
- Que promuevan más el turismo en el departamento.
- De todo lo que pasa.
- Noticias, fiestas, programas con más valores.
- Que den a conocer cuáles son las necesidades de la población.
- Eventos educativos y culturales
- Obras de la alcaldía
- Temas relacionados con la medicina y salud
- Obras sociales
- Fiestas culturales
- Caricaturas para los niños
- Novelas
- Películas de estreno
- Reportajes de cultura, por ejemplo quienes fueron los primeros que vivieron en Chalatenango...

## **ANEXO 6: PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN AL SERVICIO DE CABLE CHALATEVISIÓN.**

- **Propuesta de programación n. 1 para el canal 29 de Chalatevisión.**

**Nombre del programa:** “Zero Límitz....!!  
**Público al que está dirigido:** de 12 años en adelante.  
**Productora:** Livis Henríquez  
**Camarógrafos:** Calixto,  
**Presentadores:** Nereyda Núñez, Luís Figueroa  
**Reporteros:** Cindy Rivas.  
**Operador:** Luis escobar (Fat Lui)  
**Duración:** 2 horas  
**Horario de transmisión:** Sábado de 6:00 a 8:00 PM  
**Canal 29 de Chalatevisión.**

**Descripción del programa:** El programa consistirá en hacer una mezcla de entretenimiento y contenidos educativos que ayuden a los televidentes a conocer temáticas que no son tratadas a diario en la escuela o en el hogar.

Se tendrá un segmento de opinión en donde los chalatecos podrán dar sus puntos de vista acerca de determinados temas, frases o palabras que resulten extrañas para algunas personas, además se contará con la participación de invitados especiales, los cuales darán un aporte diferente y más amplio al que posean los presentadores.

### **Objetivos del programa:**

#### **A) Objetivo general:**

- Presentar una opción de programación educativa y entretenida para los chalatecos.

#### **B) Objetivo específico:**

- Lograr que el canal tenga más audiencia gracias a la presentación de un programa diferente a lo que ya tiene el canal.
- Lograr llegar a todos los hogares en los que tienen el servicio de cable de Chalatevisión.

### **Segmentos del programa:**

- **El tema de hoy.** Aquí se desarrollará el tema que se discutirá con invitados especiales.
- **El sondeo a patín!** este segmento estará realizado por dos reporteros que serán los encargados de que la gente dé su punto de vista acerca de x tema, frase o palabra.
- **Reportaje:** se presentará un reportaje semanal acerca de la temática que se va a tratar.
- **Videos:** se presentarán videos diferentes a los que se transmiten usualmente en el canal 29.
- **La propuesta musical:** será una propuesta que traerán los presentadores Luis y Nereyda como una opción diferente de música, lo llamarán la nerepropuesta y la lucho propuesta.... Un video por cada presentador....
- **Bloopers:** Atrás de cámara y equivocaciones de los presentadores y reporteros....
- **El relax:** videos chistosos, curiosos, notas raras, tipos interesantes, pero que nadie lo comenta.
- **Reflexionando con el cósmico:** será un personaje que dará risas y chistes que darán un toque de diversión al programa para ya no continuar con temáticas tan serias....

## Guión del programa número 1

Tema a tratar: “La homosexualidad” discriminación o no? En Chalatenango y a nivel mundial....

Personas y guía	Locución	
3 Presentadores.  Livis.  Luis  Nereyda  Livis  Luis,  nereyda	<p>Bienvenidos amigos televidentes a su programa “”, saludos a todos ustedes que han estado pendientes ahí en casita, esperando que iniciáramos con este programa,</p> <p>Ey si amigos aki estábamos, es un gustazo estar con ustedes que tal niñas como han estado,, ey ey pero no nos hemos presentado,, jajaja</p> <p>Asi es amigos yo soy nereyda, lus, y livis henriquez, y somos nosotros quienes estaremos llevándoles mucha diversión hasta sus casas todos los días viernes a las cinco de la tarde.</p> <p>Así es nere este día estaremos transmitiéndoles el programa durante las próximas dos horas, y luis nos va a contar todas las sorpresas que tendremos””””</p> <p>Pues tendremos de todo, mucha diversión, videos, opiniones de los chalatecos y sobre todo un tema muy impactante para muchos, decinos nere de que se trata...</p> <p>Hoy hablaremos un tema que para muchos es un tabú,, y me refiero a la Homosexualidad”” y para eso tendremos a tres amigos homosexuales con quienes se tratará el tema, así es que no nos cambie porque ya regresamos,,,</p>	Micrófono, loc. on
Pausa comercial	Anunciantes....	pista
Nereyda	Agradecimientos por continuar viendo el programa-----en estos momentos se quedan con livis Henríquez quien nos hablará acerca de la homosexualidad,,,,,	



	<b>Luego mandar a video</b>	
<b>video</b>	<b>Video de:</b>	
<b>Presentadores se despiden...</b>	<b>Bueno ha sido un gustazo enorme haber estado con ustedes, deberán despedirse los 3 presentadores.</b>	
<b>furcios</b>	<b>furcios</b>	
<b>Créditos..</b>	<b>Créditos....</b>	

### Escaleta del programa “Zero Limitz”

<b>Nombre</b>	<b>Los comportamientos negativos durante la adolescencia...</b>	<b>Tiempo parcial</b>	<b>Tiempo total.</b>
Presentadores, todos...	Bienvenida, saludos a todos los televidentes, presentación, presentación de temática a tratar y resumen del programa a transmitir en dos horas.	00:05:00 minutos	0:05:00
	pausa comercial	00:03:00 minutos	0:08:00
Livis...	agradecimientos por continuar viendo el programa, y segmento temática de hoy!	00:05:00 Minutos	0:13:00
Livis e invitado	Presentación de invitado y desarrollo del tema.	00:20:00 minutos max.	0:23:00
PRODUCCIÓN	Cápsula informativa....	2 minutos	0:25:00
	pausa comercial	3 minutos	0:28:00
Livis e invitado	Comentar la cápsula....	00:05:00 minutos	0:33:00
OPINIONES	Opiniones de la gente	00:05:00 minutos	0:38:00
presentadora	Comentar opiniones	00:05:00 minutos	0:43:00
Presentadora.	Despedida del segmento temática de hoy!	1 minuto	0:44:00
	Pausa comercial.	00:03:00 Minutos	0:47:00
Luis y nereyda	Segmento las propuestas!	00:15:00 minutos	1:03:00
Luis y nereyda	Comentar el segmento y poner la propuesta musical. (la nere propuesta y la lucho propuesta)	00:08:00 minutos	1:11:00
	pausa comercial	00:03:00 minutos	1:14:00
Luis, nereyda, cindy	Segmento “el relaxo” (videos chistosos, curiosos, notas raras, tipos interesantes, pero que nadie lo	00:08:00 Minutos	1:22:00

	comenta)....		
Cindy rivas	Segmento “opinando a patín”	00:10:00 minutos	1:32:00
Cindy, luis, nereyda	Comentar el segmento opinando a patín.	005:00minutos	1:37:00
	Video	00:3:00 minutos	1:40:00
Luis,,,, nereyda, luis, cindy	Segmento filosofando con el cósmico	00:10:00 minutos	1:50:00
Luis, nereyda, cindy, luis	La chaquetilla.....	00:10:00	2:00:00
Todos.	Despedida	00:05:00 minutos	02:05:00
	Intro despedida	00.30:00 segundos	02:05:30
	Pausa comercial.		



## **ANEXO 7:**

### **PROPUESTA DE PROGRAMA TURÍSTICO: “PUEBLOS Y MÁS DESTINOS”**

**Nombre del programa:** ”Pueblos y más Destinos”  
**Público al que está dirigido:** Todo público  
**Duración:** 30 minutos  
**Horario de transmisión:** Domingo de 7:00 a 8:00pm  
**Canal local de chalatevisión.**

**Descripción del programa:** Chalatenango tiene mucha oferta turística, la cual aún es desconocida por la mayoría de ciudadanos a nivel departamental y nacional, es por eso que lo que se busca con este programa es hacer crecer el turismo en chalatenango, mostrando la belleza que este departamento con 33 municipios posee.

El programa consistirá en mostrarle a los televidentes los 33 municipios del departamento, con sus fiestas y aspectos que caracterizan a cada uno de ellos, así como también reflejar la cultura y las tradiciones que éstos poseen, descubriendo lugares que aún no son explotados turísticamente.

El programa iniciará solo en el departamento de Chalatenango, pero más adelante se extenderá a nivel nacional.

#### **Objetivos del programa:**

##### **A) Objetivo general:**

- Mostrar una opción de turismo diferente a lo que estamos acostumbrados a ver a diario.

##### **B) Objetivo específico:**

- Lograr que el departamento de Chalatenango sea reconocido por su belleza turística.
- Lograr llegar a todos los rincones del departamento y expandir las grabaciones en todo el país.

#### **LOGO:**



## Segmentos del programa:



- **“La Ruta”** En este segmento conoceremos el destino paradisíaco que se va a visitar. Aquí se tomará en cuenta la historia del lugar, sus tradiciones, sus fiestas, etc.

○



**La cocina de mi pueblo:** aquí se mostrará un platillo típico del lugar que se está visitando, así como una explicación breve de los materiales con los que la elaboran y el procedimiento.



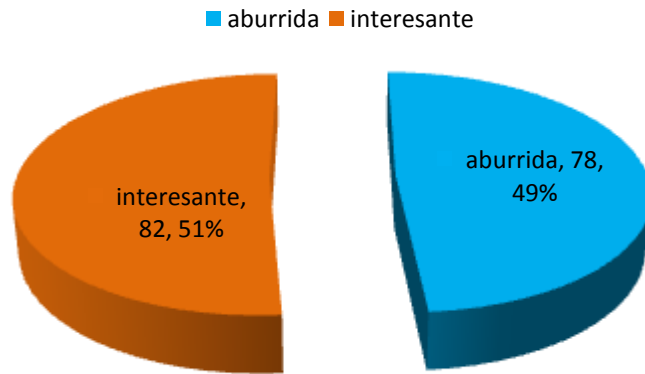
**El personaje de hoy** ;En este espacio se entrevistará a una persona que sea muy conocida en el lugar que estamos visitando. Para darle mérito ya sea por su creatividad, por sus logros obtenidos o por las actividades que realice, que sean buenas y que la gente las realce.

- **Orden del programa: “Municipios alrededor de la Montaña, Chalatenango.”**
- **Spot de inicio del programa**
- **Bienvenida por parte de los presentadores.**
- **Inicia segmento “La Ruta”:** recorrido por los principales municipios aledaños a la Montaña. Aquí los presentadores locutarán la historia que estos municipios tienen de la pasada guerra civil en El Salvador, así como también la belleza que poseen, haciendo tomas de las vistas paradisíacas que hay en esta zona y mencionando la extensión territorial de los mismos.
- **“Segmento la Cocina de mi Pueblo”:** Se hará un pequeño reportaje de las comidas preferidas de los pobladores.

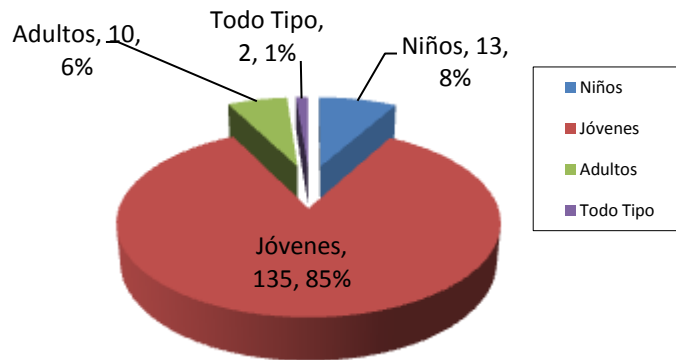
- **“Segmento el personaje de Hoy”**, Se hará un pequeño reportaje acerca de alguien sobresaliente en esa zona, dando a conocer su biografía y aspectos más destacados de la persona a quien se esté presentando, los presentadores harán una conversación amena con esta persona.

## ANEXO 8- Resultado de las Encuestas

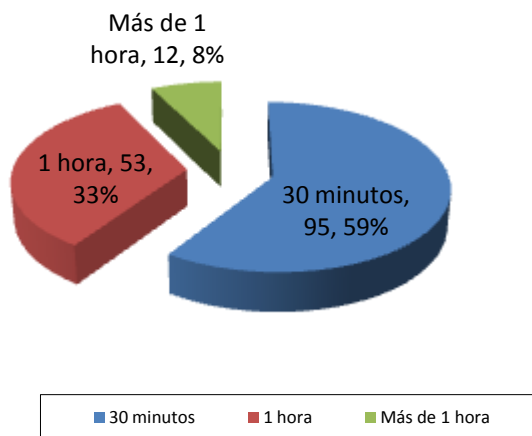
1-¿ Qué le parece la programación que se transmite en el canal 29 de Chatevisión?



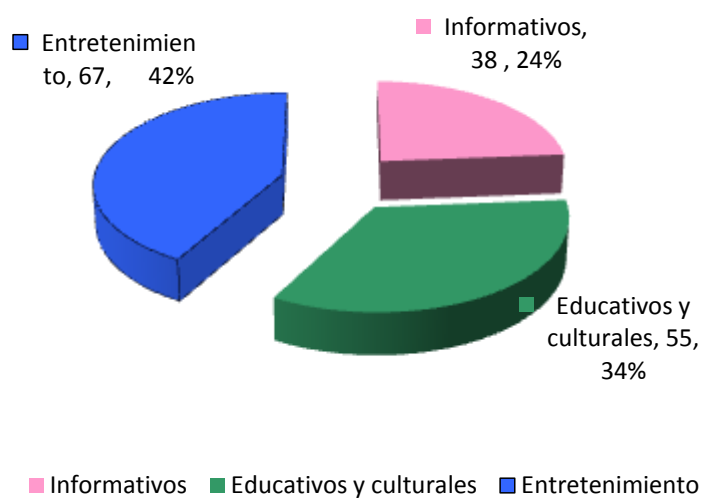
2-¿A qué tipo de públicos considera usted que está dirigida la programación del canal 29 de Chatevisión?



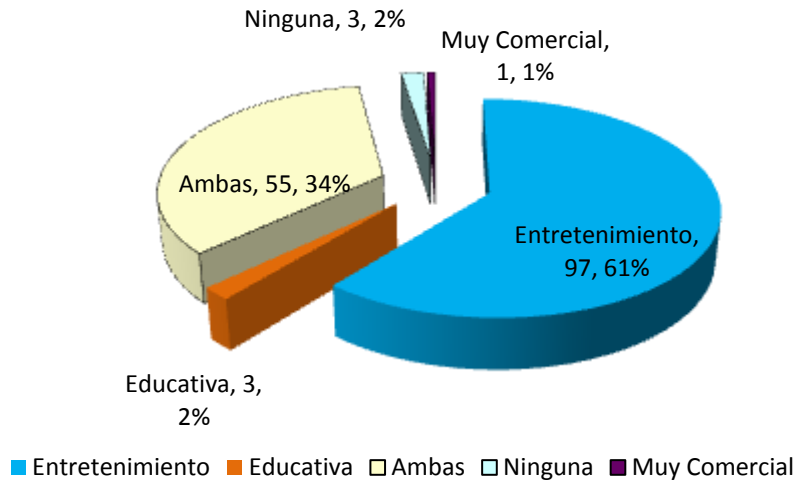
3-¿Cuánto tiempo dedica para ver el canal 29 de Chalatevisión?



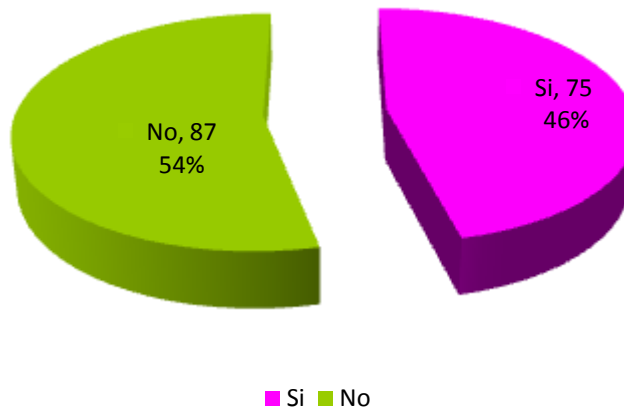
4-¿ Qué contenidos le gustaría que se transmitieran en el canal 29 de Chalatevisión ?



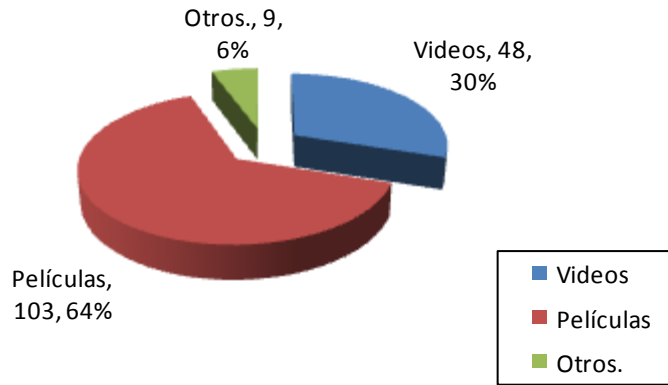
**5-¿Cómo define la programación del canal 29 de Chalatevisión?**



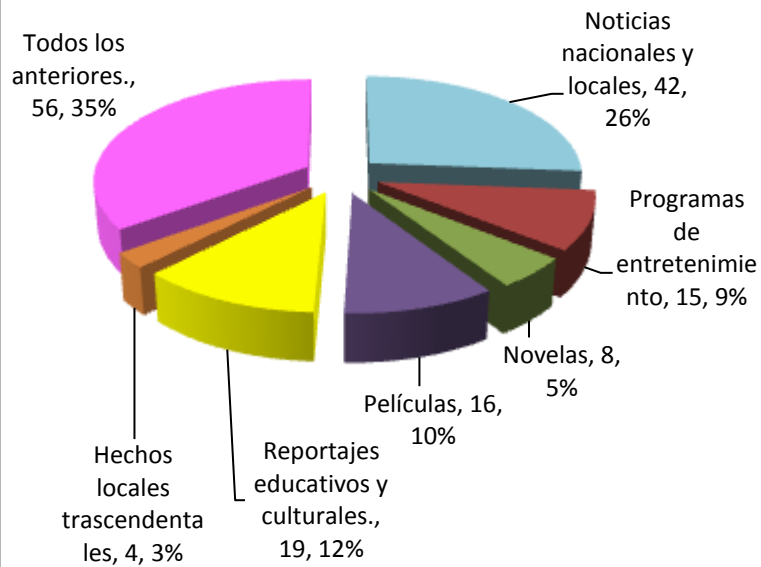
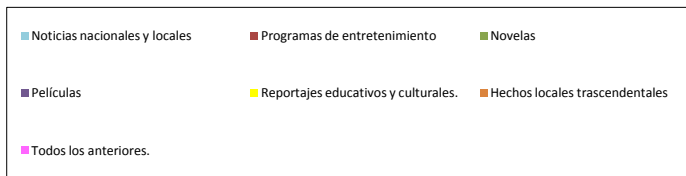
**6-¿Considera usted que se esté manejando bien el recurso comunicacional ?**



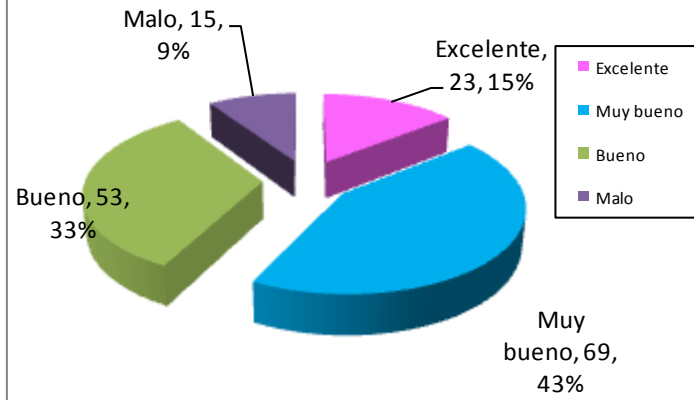
**7-¿Qué es lo que más le gusta del canal 29 de Chalatevisión?**



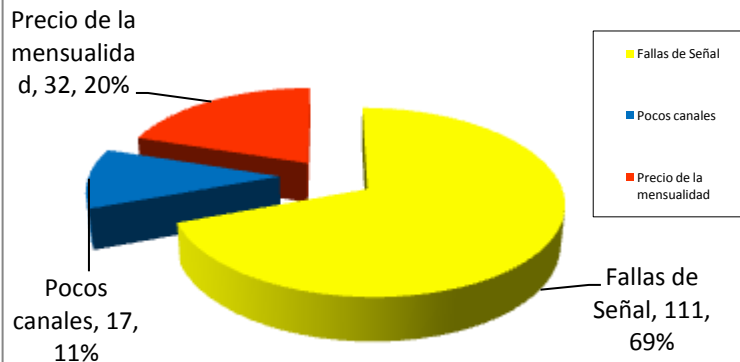
**8-¿Qué le gustaría que se transmitiera por el canal 29 de Chalatevisión??**



**9-¿Cómo considera el servicio de atención al cliente que brinda Chalatevisión?**



**10- ¿Qué aspectos negativos encuentra en el servicio de cable Chalatevisión?**





## ANEXO 9: IMÁGENES.



Presentadores del programa “Buena Vibra” (Nereyda Núñez y Luis Figueroa) transmitido por canal 29 de 4:30 a 5:30 pm.

Actualmente son presentadores del programa Xero Limitz, transmitido los sábados de 6:00 pm a 8:00 pm.

- Fotografía por: **Livis Henríquez.**
- Arreglos de foto: **Javier**



Logo del programa **Zero Limitz.**

Diseño por: **Javier Salazar.**