

**Análisis De Producción En Las Parrillas De Televisión Local En Los Canales Une,
CNC Y Visión Tv.**

Juan Pablo Mejía Rojas

Leidy Viviana Ramírez Guevara

Comunicación Social Periodismo

Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes

Universidad del Quindío

Armenia – Quindío

2014

**Análisis De Producción En Las Parrillas De Televisión Local En Los Canales Une,
CNC Y Visión Tv de la ciudad de Armenia.**

Proyecto de grado

Juan Pablo Mejía Rojas

Leidy Viviana Ramírez Guevara

Asesor: Mauricio Fernando Ocampo Quintero

Comunicación Social Periodismo

Facultad de Ciencias Humanas y Bellas Artes

Universidad del Quindío

Armenia – Quindío

2014

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	
2. Capítulo 1: Problema de investigación.....	
2.1. Planteamiento del problema.....	
2.2. Formulación.....	
2.3. Objetivos: General y Específicos.....	
2.4. Justificación.....	
2.5. Referentes Teóricos.....	
3. Capítulo 2: Antecedentes.....	
3.1. Internacionales.....	
3.2. Nacionales.....	
3.3. Locales.....	
4. Capítulo 3: Marco Contextual.....	
5. Capítulo 4: Marco Teórico.....	
6. Capítulo 5: Marco Metodológico.....	
6.1. Instrumento Prueba Piloto.....	
6.2. Análisis Prueba Piloto.....	
6.3. Instrumento Final.....	
6.4. Resultados.....	
6.5. Sistematización de resultados.....	
7. Capítulo 6: Interpretación y Análisis.....	
8. Capítulo 7: Conclusiones y Recomendaciones.....	
8.1. Bibliografía.....	
8.2. Cibergrafía.....	
8.3. Anexos.....	

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como tema principal el análisis de características en la producción de los canales UNE, CNC y VISIÓN TV de la ciudad de Armenia de la capital Quindiana donde se proyecta llevar a cabo un análisis: al contenido audiovisual, estrategias de televisión, tipo de temáticas y medición de audiencias.

Para realizar esta investigación se pretende conocer como los canales trabajan en la creación de sus parrillas de producción y como son transmitidas a las audiencias y bajo qué mecanismos se basan para su funcionamiento. El Motivo que esta investigación lleva, es dar a conocer el trabajo que se presenta actualmente en la producción de la ciudad de Armenia. Para esto se busca realizar un diagnóstico generalizado de los canales locales y regionales a nivel nacional, en este caso contamos con canales como telecafé, teledellin canal U y tele Caribe para estar al tanto como es el funcionamiento y mecanismo en la producción.

La recolección de datos se realizó conociendo los productores de respectivos canales y sus parrilla y para la construcción de cierta información contamos con una encuesta digital semi estructurada que se les hizo llegar a los canales locales a nivel nacional para hacer un diagnóstico general y direccionar nuestros objetivos.

Éste proyecto aporta al conocimiento y la forma como se deben estructurar y evaluar la buena acogida de un programa, también aporta muchos conocimientos de expertos empíricos que trabajan bajo sus estrategias para llegar a las audiencias.

CAPÍTULO 1: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

El diagnóstico que se ha realizado con respecto al tema de investigación en el Departamento del Quindío, ha arrojado que no se han hecho investigaciones sobre análisis de Parrillas de Programación, ni audiencias en los programas televisivos que se transmiten en los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia.

Teniendo en cuenta que estos canales trabajan de manera multicanal, es decir, emiten programación de todo tipo, por tal razón es necesario comparar en sus parrillas de programación las tres funciones de la televisión que son: informar, entretener y educar, pero es de aclarar que en los medios de comunicación la función informativa abarca más importancia, seguido del entretenimiento y de la educativa.

De esta forma, se considera de gran importancia con este proyecto analizar e identificar en los canales UNE, CNC y Visión TV respecto a su programación, cómo está siendo transmitida, y finalmente, conocer si ha alcanzado los objetivos que se deberían obtener como canal; ya sea informando, entreteniendo o educando.

Formulación

¿Cuáles son las características principales de la parrilla de programación de los canales locales, UNE, CNC Y Visión TV de la Ciudad de Armenia?

OBJETIVOS

Objetivo General

- Analizar las características principales en la parrilla de programación de los canales locales UNE, CNC Y Visión TV de la ciudad de Armenia.

Objetivos Específicos

- Identificar las temáticas que se emiten en los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia.
- Definir las estrategias de televisión que utilizan los canales locales UNE, CNC Y Visión TV de la ciudad de Armenia.
- Analizar las características de los contenidos de producción propias de los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia.
- Identificar las audiencias a las que van dirigidos los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia.

JUSTIFICACIÓN

Esta investigación tendrá como enfoque específico el de observar las características de la parrilla de programación de la televisión local del departamento del Quindío, específicamente en la ciudad de Armenia. Entre esas características se tendrán en cuenta el contenido audiovisual, la programación, las estrategias de tv y la competencia.

Estas características son importantes para lograr una mejora en la programación y ejecución de la información, siendo los pilares principales en las producciones de televisión, con las que se lograría generar un impacto en esta era digital, ya que brinda otras herramientas para ser puestas en escena. De una u otra forma, las nuevas alternativas le aportan más a los canales con dinámicas diferentes de producción, logrando ser más atractivos para el público. Por tal razón es importante hacer un análisis basado en unos referentes que ayudarán a identificar los diferentes tipos de programación que ofrecen a la audiencia, la forma como compiten y producen para el Departamento del Quindío.

Es de resaltar y mencionar, que la televisión es un objeto de investigación que puede llegar a ser complejo y elusivo. Complejo porque se compone de varios factores culturales, tradicionales y además es muy influenciable ya que este incide en nuestra vida cotidiana, o elusivo ya que no se puede definir porque toda la televisión que se transmite es diferente, vemos televisión generalista, temática, etc.

Al hablar de los tipos de televisión surgen diferentes postulados entre esos, la televisión generalista, que son los que ofrecen diversidad de contenidos como series, realitys, dibujos animados y noticias que se emiten en diferentes horarios. Siendo el caso de

la televisión temática es el contenido que va dirigido a cierta población. Así como estos tipos hay otros en los medios y con determinadas funciones que aportan en diferentes fases a los canales locales, nacionales e internacionales.

Por este motivo hacer el análisis de la televisión se vuelve un reto difícil ya que desemboca muchas perspectivas y por esta razón, al observarla es necesario abarcar enfoques en el aspecto social, económico, cultural, etc.

Los enfoques son de gran importancia para esta investigación por que se comprenden en la mejora de los aspectos que deben informar en los medios, igual ocurre en el caso económico y cultural.

Estos aspectos son herramientas claves a la hora de producir un material que pueda informar, entretener y educar al contexto; se necesitan de ellos para lograr ser acogidos en la ciudad de Armenia, puesto que si no se posee información veraz, clara y concisa, se seguirá en el mismo círculo en el que han caído los canales nacionales, esto quiere decir que se convierten en poco consumibles por parte de los televidentes. Y se puede evidenciar, actualmente ya que hay gran variedad de canales que ofrecen lo mismo y de mejor forma, por eso es mejor producir todo adecuadamente para no perder audiencias.

Se espera que esta investigación aporte a la universidad del Quindío, especialmente a los estudiantes del programa de comunicación social- periodismo para que conozcan más sobre la producción y la manera de cómo se está transmitiendo la información en los productos televisivos de los canales anteriormente nombrados y reconocer a cabalidad las producciones propias y qué tanto estas le aportan a la Universidad y a la Ciudad.

Finalmente, visibilizar una estructura de mejora para estos canales con respecto a su programación y producción, ya que estos no logran tener una acogida y un reconocimiento por sus productos, en la ciudad de Armenia.

REFERENTES TEÓRICOS

Categoría: Tipos de producción **Autores:** Wenceslao Castañares y Eugenio López de Quintana Sáenz.

- **Subcategoría:**

Contenido audiovisual

Categoría: Programación **Autores:** Guillermo Gómez Orozco, Elena Dorrego y Joan Pratts ferrés

- **Subcategoría:**

Estrategias de televisión

CAPÍTULO 2: ANTECEDENTES

Marco de antecedentes

Ficha #1 internacional

Título de la investigación

Consumo y apropiación de cine y tv extranjeros por audiencias en América Latina.

Autores

José Carlos Lozano

Objetivos

- Discutir la tendencia de los culturalistas latinoamericanos a no estudiar directamente las lecturas ideológicas de los mensajes audiovisuales extranjeros.
- Revisar la utilidad de propuestas como la de la «proximidad cultural» en tanto herramientas para entender los patrones de consumo televisivo de las audiencias mexicanas y de América Latina en general.

Conclusiones

- Hoy por hoy no existe la suficiente evidencia empírica para evaluar el presunto impacto de las producciones audiovisuales estadounidenses en la identidad o en los valores de los públicos latinoamericanos, como argumentaría el imperialismo cultural, ni la posible negociación de los significados ideológicos hegemónicos, como propondrían los estudios culturales.
- Resulta necesario primero documentar la existencia de patrones significativos de consumo de contenidos norteamericanos y su contraste con las preferencias de programas y películas producidas en México y después pasar a los complejos estudios de la apropiación y negociación de significados ideológicos por parte de los diferentes tipos de audiencias, sin olvidar que los contenidos de las producciones nacionales pueden ser igual o más problemáticos que los de muchos mensajes extranjeros.

Año

2007

Ciudad

México, DF

Lugar

América Latina

Ficha #2 internacional

Título de la investigación

Televisión y menores. Análisis de flujos de programación y de recepción. Estudio comparado: 2003-2007.

Autores

Alejandra Walzer

Objetivos

- Conocer la oferta televisiva y, especialmente, la orientada de forma específica a los niños y a los jóvenes.
- Sondar las actuales tendencias de visionado televisivo por parte de los niños y jóvenes entre 4 y 18 años.
- Analizar la relación entre los programas más vistos por los menores de edad y la programación infantil y juvenil ofrecida por las cadenas objeto de este estudio.
- Analizar los cambios que pudieran haberse producido en el marco legislativo y/o regulador en materia de televisión e infancia y su posible relación con la oferta y el consumo televisivo.

- Comparar los resultados obtenidos en el año 2007 con los del año 2003.

Año

2007

Ciudad

Madrid, España

Lugar

Madrid

Ficha #3 internacional

Título de la investigación

La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias.

Autores

Guillermo Orozco Gómez

Objetivos

- Repensar la recepción televisiva como un proceso en el cual tanto la TV como la cultura constituyen un conjunto de mediaciones que se ponen en juego en la interacción entre la TV y su audiencia.
- Conceptualizar una serie de elementos que permitan abordar de manera más integrada el complejo juego de la mediación.

Conclusiones

- La comprensión de las mediaciones y su explicitación sistemática para audiencias concretas es lo que constituiría un trabajo pedagógico crítico y, en este sentido, un trabajo político para los interesados en la educación para la recepción.
- Estimular la creatividad de la audiencia dentro de la perspectiva que se ha empleado en estas páginas significa finalmente, estimular maneras distintas de jugar con la mediación y de poner reglas del juego al proceso de la recepción televisiva.

Año

1991

Ciudad

México

Lugar

México

Ficha #4 nacional

Título de la investigación

Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales.

Autores

Marithza Sandoval Escobar

Objetivos

- Revisar la evidencia a favor de la hipótesis de efectos nocivos de la televisión.
- Mostrar un marco más integrador para comprender el efecto del medio televisivo desde la perspectiva de las prácticas culturales.
- Explicar los efectos sociales de la televisión a partir del análisis de la convergencia.

Conclusiones

- Las investigaciones presentadas en este artículo, contribuyen a la comprensión del papel de los medios masivos de comunicación en la consolidación de prácticas prosociales en las audiencias infantiles y juveniles.
- La televisión diseñada a partir de objetivos culturales claros puede contribuir al aprendizaje de patrones de conducta prosociales.

Año

2006

Ciudad

Bogotá

Lugar

Bogotá

Ficha #5 nacional

Título de la investigación

Re-visitando los estudios de recepción/ audiencias en Colombia.

Autores

Jorge Iván Bonilla Vélez

Objetivos

- Analizar algunas continuidades, desplazamientos y rupturas en los estudios de recepción y audiencia en Colombia durante las últimas cinco décadas.

Conclusiones

- Este artículo presenta un aporte a la investigación académica sobre la recepción de audiencias en Colombia en la medida en que hizo evidente que la génesis de este sub campo de estudios hay que buscarla antes de la década de los años ochenta del siglo XX.
- La investigación académica de recepción de audiencias en Colombia se ha convertido en un objeto de estudio más definido, más empírico, más objetivado. Sin duda alguna, la institucionalización del campo de estudios de la comunicación ha contribuido a la realización de un mayor número de investigaciones en esta área.

Año

2011

Ciudad

Medellín, Colombia

Lugar

Medellín

Ficha #6 local

Título de la investigación

La persona mayor de armenia, y el departamento del Quindío, como audiencia televisiva.

Autores

Mercy Paola Rodríguez

Sandra Leal

Lilia Inés López

Victoria Eugenia Cardona

Objetivos

- Visibilizar a la persona mayor como audiencia televisiva, en los municipios de Armenia, Salento, Montenegro, Filandia, y Calarcá en el departamento del Quindío, con relación a sus tendencias de visualización, gustos y necesidades de éstos respecto a la oferta televisiva existente.
- Entender cómo los principales canales de televisión representan a los adultos mayores desde la perspectiva de la industria.
- Entender desde la relación de los productores como miembros de una comunidad que maneja sus propias representaciones sociales.

Conclusiones

- Ese largo tiempo de exposición a canales y contenidos exclusivamente nacionales, los cuales siempre se han destacado por trabajar temas fácilmente digeribles dedicados a una población mayoritariamente de baja formación académica, han hecho que los adultos mayores prefieran los canales y las producciones nacionales a pesar de tener la opción de los canales ofrecidos por la televisión por cable.
- Los adultos mayores acostumbrados a la televisión nacional, la prefieren identificándola como algo propio mientras que la internacional la califican como

“algo ajeno”. No obstante, algunos prefieren los canales especializados para acercarse a sus temas de interés: animales, caricaturas y documentales históricos, que son los que se comentaron con más frecuencia en las entrevistas.

- Una de las necesidades manifiestas que emergieron en la investigación es la necesidad de educar en medios, enseñarle a los adultos mayores a leer el mensaje televisivo no sólo los ayudará a ser más críticos a la hora de seleccionar la programación sino que les permitirá empoderarse para exigir mejores contenidos e historias dirigidas a ellos.

Año

2012

Ciudad

Armenia, Quindío

Lugar

Armenia, Salento, Montenegro, Filandia y Calarcá.

CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL

La ciudad de armenia, departamento del Quindío, cuenta con 3 canales locales de origen privado, cada uno de ellos aportan a la región por medio del contenido audiovisual una mirada diferente en cuanto a contenidos y temáticas y su línea diferencial.

A continuación se dará a conocer acerca de cada uno de los canales, cómo están diseñados en aspectos de producción y conformación como canal:

El canal UNE trabaja por suscripción y su programación está diseñada para producir y emitir con enfoque informativo y entretenimiento para la audiencia colombiana, en este caso los Quindianos. La programación de este va dirigida a una audiencia que es la familiar; es de resaltar que la empresa UNE es líder en el mercado colombiano y pionera en servicios interactivos de alta definición.

En la actualidad UNE cuenta con la presencia en ciudades como Armenia que es la sede para éste proyecto de investigación, y las demás son: barranquilla, Bucaramanga, Bogotá, Cali, Cartagena, Manizales, Medellín y Pereira. De esta manera se puede conocer el posicionamiento que tiene el canal en el país y cómo cumple con sus políticas para la satisfacción de los televidentes.

El canal UNE en la Ciudad de Armenia se encuentra ubicada en la zona norte de la Ciudad con instalaciones adecuadas para la producción y emisión de programas entre esos son: “estudios TV, edición y emisión”. Como respectivo canal cuenta con un equipo de periodistas bien preparados a nivel profesional y logran formar un grupo para producir información periodística.

El canal CNC es una empresa de televisión por suscripción y privada que emite su programación por la empresa Cable Unión, la cual se encuentra a nivel nacional; la empresa después de un largo tiempo de consolidación en el mercado como prestadora de un servicio de televisión por cable en el suroccidente del país, logró posicionarse en el mercado y decide darle más fuerzas a los canales locales a nivel nacional, acogiéndolos bajo el nombre o marca CANAL CNC.

A partir de esto los canales CNC a nivel nacional comenzaron a buscar unidad e identidad para su programación. Produciendo excelente contenido para la audiencia televisiva con el fin que fueran consumibles y reconocidas. Por tal motivo, el canal decide llegar a todos los municipios de manera simultánea con el informativo CNC NOTICIAS como una de las producciones propias.

Cada ciudad cuenta con su propia programación. El canal CNC Armenia, se encuentra en el centro de la ciudad de Armenia y cuenta con un equipamiento adecuado para la producción de su programación, de igual forma es importante aclarar que el canal cuenta con una amplia producción de programas propios que le aportan a la audiencia y a la región del Quindío.

El Canal Visión TV hace parte de la empresa Claro y es la entrada al sistema de televisión más grande de América latina. En este se podrá contar con una recomendación de programas, series, telenovelas, películas, conciertos y eventos pero también entrevistas e información relevante acerca del mundo de la televisión y el entretenimiento.

La ubicación del canal en la ciudad de Armenia se encuentra en la zona norte de la ciudad con unas instalaciones adecuadas para la producción y un equipo periodístico muy completo a la hora de comunicar.

CAPÍTULO 4: MARCO TEÓRICO

TIPOS DE PRODUCCIÓN

Contenido audiovisual

Es cualquier producción que contenga una sucesión de imágenes y/o audio susceptible de ser emitida y transmitida. Incluye todos los contenidos cinematográficos, televisivos, radiofónicos o multimedia y es independiente de la naturaleza de su contenido y del medio a través del cual será transmitido.

PROGRAMACIÓN

Estrategias de tv

En este punto buscaremos ver como los canales UNE, CNC y Visión TV aplican sus estrategias para llegar a sus audiencias; por competencia, alternativo o de arrastre, y a la vez analizar el target con respecto a la comercialización de los espacios televisivos y como a nivel general llegan a los televidentes.

Tipos de producción

Contenido audiovisual

Los contenidos audiovisuales es cualquier producción que contenga una sucesión de imágenes y/o sonidos que puede ser transmitida de una manera u otra por tal motivo se analizarán ciertos aspectos que son de gran importancia para el lenguaje televisivo, el primero de ellos es la imagen de la televisión.

Dentro del apartado imagen, no solo tenemos que conjugar los elementos icónicos Obvios como son la figura, la textura, el color, la composición, etc., que son esenciales; sino otros elementos más relacionados directamente con el intelecto como son los de orden psicológico derivados del punto de vista o posicionamiento de las cámaras. (Roglán & Equiza, 1996, p.13).

Como se ha nombrado anteriormente estos puntos son muy importantes en la composición de la imagen y hay que tenerlos muy cuenta. El encuadre, el formato, los centros focales, la angulación, los colores, iluminación y el contexto. Estos puntos nombrados hacen que el contenido que se presenta sea más completo y perfecto, pues es uno de los primeros factores importantes para el contenido audiovisual ya que recoge el peso suficiente a la hora de salir al aire en televisión.

Según la entrevista realizada a los canales nacionales, el primero de ellos la sede principal de Telecafé Manizales resalto la importancia que tienen sus producciones y en cuanto a sus competencias, es que los contenidos audiovisuales brindan el valor correspondiente a lo que se debe ofrecer, siendo su meta trabajar con contenidos orientados a la identidad regional, para mostrar lo mejor de ella.

Es de tener en cuenta que cuando se habla de contenidos audiovisuales es claro que cada programa va con una intención, por tal motivo se mostrará un ejemplo para dar a entender el significado y cómo se debe estructurar. En Telecafé Manizales se estructura la parrilla por franjas y los contenidos responden a cada una de ellas. Hay contenidos para las amas de casa como magazines, manualidades, cocina, contenido institucional, informativo, agro, deportivo, cultural, musical, religioso, infantil y juvenil, etc., y cada uno de estos se ubica en las franjas.

Para continuar, uno de los factores importantes es el sonido, él da vida a la televisión y hace parte del contenido audiovisual. Este factor en la televisión es sumamente relevante, y lo es aún más para este análisis televisivo. El sonido acá se debe tener en cuenta, porque es el factor diferencial para atraer al público televidente, como lo dice “Manuel Roglán y Pilar Equiza en su libro televisión y lenguaje” que “volumen, tono y calidad de timbre” son los que hacen la incrementación en los efectos a la hora de mostrarse en la producción y lograr que el oído capte las frecuencias de lo que se trasmite en la televisión.

Un tercer elemento sonoro que conforma el mensaje informativo de la televisión es la voz humana. Este elemento, aunque no siempre es imprescindible para la codificación completa de un mensaje audiovisual, si lo es en la mayoría de las ocasiones. (Roglán & Equiza, 1996, p.16)

Siendo la voz humana el último factor, se debe tener presente en esta investigación, como un elemento fundamental para el contenido audiovisual ya que “la presencia del periodista en la televisión informativa ha demostrado ser crucial ya que esa presencia unida a su deseo de encontrar un nuevo lenguaje” dicho por “Manuel Roglán y Pilar Equiza” se dice que el análisis del lenguaje periodístico se apoya a todos los elementos nombrados anteriormente.

Extendiendo con esta investigación se cuenta con el Libro **TELEVISIÓN: audiencias y educación** del autor “Guillermo Orozco Gómez” en el que se encuentra, que los contenidos frecuentemente se revisan y se modifican. Con respecto a la programación, se abarca como fuente con el libro “LA TELEVISION: Efectos del Bien y el Mal, del autor Lorenzo Vilches” quien dice que la programación es una pieza clave para cualquier canal ya que de esta depende si se entra a un mercado competitivo o simplemente se es un canal sin tanta influencia en el medio.

La programación es un factor muy complejo donde además se vinculan varios factores como lo es la economía, pues la industria televisiva moviliza enormes cantidades de recursos humanos, financieros y creativos; atrayendo el mayor porcentaje de la inversión publicitaria. Además, la naturaleza de su "mercado" no es indiferente a relevantes problemas sociales, económicos, políticos o culturales que afectan a las sociedades modernas.

Como lo puntualizó el autor del libro tomado: *“la economía de la programación comprende la financiación de las cadenas, los targets y los anunciantes, la producción, y la programación horaria (Vilches)”*.

Este autor, enfatiza que la programación y sus factores están directamente ligados y relacionados con ciertos elementos del trabajo de un programador, teniendo en cuenta que una cadena televisiva siempre trata de conservar una imagen, sin olvidar cierta orientación, es decir, tipos de programas, la franja, estrategias de televisión, características de cada programa y la evolución de la misma audiencia.

PROGRAMACIÓN

Estrategias de televisión

Frecuentemente se realiza una investigación en los cambios de las estrategias de televisión, en las cuales se demuestra que la audiencia es una forma de mercancía que la televisión vende a los anunciantes, se puede decir que los canales utilizan los programas para mantener la audiencia, por tal motivo se busca una innovación constante y variada que atraiga todo tipo de público. Todos los canales buscan ingeniar estrategias para producir una mejor programación con factores determinantes que incidan en la producción, audiencia y anunciantes.

Es por esto que en la televisión se conocen unos mecanismos que son tomados en cuenta a la hora de la elaboración de una parrilla de programación, ayudando a esquematizar los programas que serán llevados al aire. A nivel nacional se trabaja con tres tipos de temáticas que son conocidas como informativa, educativa y de entretenimiento. Estas siempre serán tenidas en cuenta, y son los tres principios básicos de la televisión a la hora de producir productos propios o de realizadores externos.

Teniendo en cuenta la experiencia en medios del canal de televisión regional Telecafé Armenia, propone que los criterios primordiales a la hora de estructurar una parrilla de programación se basan de acuerdo a las franjas establecidas, en las solicitudes del televidente, los estudios de audiencia y las propuestas de productores de la región. Antes de finalizar el año se proyecta la programación del año siguiente y según los resultados arrojados por las solicitudes del televidente, se logran ordenar los programas propios que son el ancla y tienen el reconocimiento; en donde a su vez se estudian las nuevas propuestas y según la pertinencia disponible a la parrilla se asignan los espacios.

La sede principal de Telecafé Manizales, como canal público en dicha ciudad, comenta que la programación es el conjunto de contenidos que se integran para crear la estructura de programación de un canal, en el cual se evidencian características de programación y la hora de ser emitidas; también aclaran que a la hora de estructurar la parrilla se hace de acuerdo a lo que requieran ver los televidentes, además cumplir con los requerimientos de la Autoridad Nacional de Televisión, ANTV, que es la que regula bajo la normatividad que ellos exigen para crear contenidos que abarquen todo tipo de públicos, según las franjas, infantil, juvenil, familiar y adultos, según el horario. Además hay que tener presente una programación incluyente y para ello se cuenta con contenidos de minorías y sistemas de acceso para la población sorda, Closed Caption, subtitulación y lenguaje de señas.

Siguiendo con el orden de ideas, un canal debe dar prioridad a la hora de utilizar estrategias de televisión, a la creación de la parrilla de programación, por tal razón, es relevante estar a la vanguardia en las nuevas tecnologías. Esto permite detallar el funcionamiento de los programas según las preferencias de los televidentes, informar y recibir retroalimentación. Con base en esto, se conocen los contenidos que tienen mayor aceptación y es así como nace la preocupación por mantenerlos y mejorarlos.

La cuestión aquí no es ¿Cuál es el impacto de estos programas? Sino más bien, ¿Qué significan estos programas? Sólo después de haber pensado sus posibles significados como objetos culturales y como signos de interacción cultural entre productores y audiencias podríamos comenzar a preguntarnos acerca de sus efectos. (TOD GITLIN, 1987, p. 507)

Tomando en cuenta la definición de Tod Gitlin, a través del tiempo en la tecnología y en todo medio audiovisual, ha existido la competencia y más lo que tiene que ver con la

línea de medios que siempre ha tenido innovaciones y competencia, siendo relevante mencionar un ejemplo que aporta positivamente en esta investigación.

Se ha visto amenazada y le pasó a la radio con la televisión, el teatro con las películas, a los discos con la radio, al cine con la televisión, a los periódicos, a las revistas y los libros con la televisión, y sin embargo, siguen existiendo la radio, el teatro, los discos, el cine, los periódicos y las revistas. Se debe no solo a que cada medio tiene su propia naturaleza y por eso, es compatible con el resto por eso puede convivir. (Restrepo Colección 4, 1998, p.49)

Este ejemplo se expone para explicar que la vida de cualquier canal puede estar sometida a un caso de competencia y puede sobrevivir, más cuando vivimos en un contexto que ofrece diferentes tipos de empresas con los mismos productos y diferentes precios, lo cual hace que los ingresos monetarios crezcan en unos y bajen en otros ocasionando quiebra. Por tal motivo es necesario que cada empresa realice estrategias para hacer la diferencia.

El caso de este proyecto la situación que pueden vivir los medios escritos, televisivos y radiales es que son empresas en las que diariamente la competencia produce cosas para arrasar a las otras, con el único fin que nombramos anteriormente que es ocupar los primeros lugares y no dejarse quebrar económicamente por las otras.

J. Day “habla sobre el modelo norteamericano de televisión” diciendo que todo es un negocio en el cual se busca conseguir el máximo beneficio y por este motivo es que los canales televisivos organizan la programación de tal modo que les sea rentable, los programas de televisión se emiten para hacer competencia a otros programas hasta el punto en que la programación se reduce a un instrumento para obtener las tarifas más altas de publicidad”.

Esta teoría aclara y explica la falta de programas documentales y culturales en Prime Time y la sustitución de series que se revelan poco atractivas sin dejarles tiempo para acumular audiencias.

La programación es una de las estrategias más importante en la televisión ya que es la oferta que le ofrecen a los televidentes y con la que se atrapan audiencias.

Competencia televisiva

La competencia televisiva como primer paso es la definición del mercado, que en este caso es analizar el contexto en el que nos encontramos para la comercialización y como llegar a aquellos consumidores pero ante todo mostrar el problema que se presenta ante los canales regionales en el país.

De algún modo, la televisión regional, se ve amenazada por la era de la digitación y de la globalización, que parecieran estarse presentando como la respuesta a todas las necesidades, reales y creadas, de los públicos masivos. (Restrepo Colección 4, 1998, p. 51)

Los Canales Regionales según la entrevista obtenida dice que analizan los mercados y la forma de cómo llegar a sus consumidores por medio de la fundación Antonio Restrepo Barco que es la que ha analizado y han detectado que en los canales regionales del país ha habido una amenaza y crisis por lo dicho anteriormente, por la globalización, pues es un efecto necesario para la innovación del país y de las empresas, en el que se hace un diagnóstico concreto sobre los diferentes públicos y audiencias, y así mismo se propone la variedad de programación que se va a emitir por estos espacios televisivos.

Si se conocen las estrategias de televisión como un método para llegar a las audiencias, el canal Telecafé Manizales, sigue la misma línea con su programación, lo cual es de su interés producir contenidos de calidad que apunten a la identidad regional, al ser, y la audiencia en general; el canal en la región no cuenta con competencia directa. Lo que se busca es innovar constantemente contenidos de acuerdo a las necesidades de los televidentes y para ello se hace un análisis detallado de cada uno de los programas, este análisis se hace periódicamente buscando oportunidades de mejora para los programas que marcan mayor audiencia y esto a su vez permite replantear contenidos cuando los programas no están dando los resultados esperados.

En cuanto a la medición de rating, para Telecafé Manizales, no se hace bajo la medición de rating sistema IBOPE, no es confiable ya que no mide en su totalidad el área que cubre, menos cuando el sistema se encuentra en ciudades capitales, lo que sugiere que de 53 municipios que abarcan sólo tres son tenidos en cuenta por el sistema. Telecafé lo que hace para analizar su programación es un estudio cualitativo de audiencias realizado por la Universidad de Manizales, éste permite tener una información más concreta de lo que pueda arrojar el sistema IBOPE, y permite conocer la percepción de los televidentes frente a cada programa.

Análisis de contenido

Definiendo el rating como un porcentaje que sintoniza determinado programa en un canal televisivo en este caso; se va a analizar en los canales CNC, UNE y Visión TV, del departamento del Quindío cómo son vistos y su audiencia en la programación.

La audiencia también tiene que estar psicológicamente disponible. Debe entablar con el programa que yo le ofrezco una relación de satisfacción, de atención, de gratificación. Es un nexo altamente complejo que depende de varios factores. Primero las expectativas hacia la televisión como medio. Esto es bastante complicado. El público espera de la televisión, que yo lo describo como lúdico, afectivo. Nos permite relacionarnos con el medio de una manera distinta a como lo hacemos con un libro, con la escuela o con un mitin político. Ese lenguaje actúa sobre nuestras expectativas. (Restrepo Colección 5, 1998, p. 20-21).

Observando el análisis de rating en los hogares se encuentra que es esencial determinar la necesidad que se tiene y es así como en los hogares se establece la interacción en la gente y el medio televisivo.

El Canal Tele Medellín nos arroja en la entrevista como están en cuanto a la producción los canales locales en el país, despliega un alto resultado en el énfasis de lo que se transmite en determinado canal, evaluando los hechos noticiosos o informativos, los canales ocupan un porcentaje del 50% en los medios; en cuanto al entretenimiento un 30% y en lo educativo un 10% que día a día ha crecido.

Pero algo en lo que se destaca cada región del país es que cada canal establece su forma de como ver o estructurar sus contenidos audiovisuales pero, en teoría, todos tienen las mismas características, solo las estrategias utilizadas hacen las diferencias, en esas están los horarios de emisión; pero con relación a lo demás todo viene ocupando la misma forma. Ahora lo que más se evidencia es la alta concentración del sector industrial en la pauta comercial, pero en la producción se está disminuyendo los contenidos por vender espacios a la pauta.

En cuanto al ranking de calidad informativa, entretenimiento y educativo, estos están contruidos mediante declaraciones, es decir que la información transmitida o construida sea desde donde sucedieron los hechos, partir de testimonios y pronunciamientos de terceros lo cual ayuda a que lo que se tramite sea claro conciso y veraz.

El canal Tele Medellín, pronuncia que ellos aplican varios de los factores anteriormente dichos para ser día a día uno de los mejores en el área metropolitana, pero es una ley trabajar bajo el mismo sistema de ANTV; esto va para todos los canales ya que se puede hacer un trabajo periodístico excelente.

Hace poco se publicó a nivel nacional la medición en cuanto a la información que se presentan en la TV, el ranking informativo quedó de la siguiente manera: en la posición número 1 está el canal Cable Noticias ya que su calidad informativa poco a poco lo ha ido posicionando hasta éste punto, en segundo lugar Noticias Uno, en tercer lugar RCN TV, en cuarto lugar Caracol TV y por ultimo CM&; esto indica que si se trabaja fuerte en los contenidos que se ofrecen a las audiencias se puede llegar hacer el mejor.

A nivel nacional hay cientos de medidores de audiencias, programas, canales etc., que lleva a tener diferentes posiciones en cuanto a ranking. Lo que interesa en el enfoque metodológico para la construcción de la información se fundamenta en el conjunto de elementos que conforman la televisión con el propósito de ser lo más completos para las audiencias y todo público en general.

CAPÍTULO 5: MARCO METODOLÓGICO

En esta investigación se utilizará el método cualitativo el cual se desarrollará a lo largo de este proceso de análisis, ya que este es un proceso de fases, que llevan a la focalización progresiva de conceptos, categorías o temas; implicando procesos cognitivos como comprender, sintetizar, teorizar y contextualizar información de los canales locales.

Mediante este análisis Cualitativo se espera lograr un conjunto de manipulaciones, transformaciones y operaciones que se realizarán en los datos que se recolectarán por medio de instrumentos que ayudaran, a extraer significados que permitan comprender la situación que actualmente se vive en el campo de la producción televisiva, al igual que los contenidos creados para ser transmitidos en canales locales.

Para este proceso cualitativo se tienen autores como *Hostil y Stone (1969)*, que nos dice que en la producción se puede realizar *“El análisis de contenido que es una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto”*. Lo anterior dicho por el autor, nos da entender que al hacer un análisis de contenido en las parrillas de programación se puede evidenciar aspectos importantes para el proceso que queremos llevar a cabo en esta investigación.

Krippendorff (1990), también nos aporta a nuestra investigación y nos define el análisis de contenido como *“una técnica investigación destinada a formular, a partir de*

ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto". Esto quiere decir que al hacer un diagnóstico en la producción de los canales y bajo los mecanismos que se trabaja se puede obtener unas inferencias para la mejora de respectivos errores que se cometen en los medios y más en los audiovisuales.

Por último el modelo cualitativo nos aportaría en esta investigación aspectos o resultados significativos para la comprensión de producción en los canales como lo define *Bardin (1996)*, *"el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendentes a obtener indicadores por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social de estos mensajes)"*. Este autor nos define que al hacer un análisis de contenido en las parrillas de programación obtendremos datos específicos y claros para ser analizados con instrumentos y aplicando los objetivos a los que queremos llegar.

Enfoque investigativo

El enfoque que se utilizará en esta investigación es cualitativo, por que con este se lograría obtener un conjunto de procedimientos en los que se interpretaría las técnicas de producir por cada respectivo canal y lograr obtener cierta determinación de datos relevantes que logren cumplir con los objetivos propuestos al inicio de la investigación. También nos permite ilustrar información rigurosa que se puede aplicar en fichas de recolección, de análisis y comparación para las respectivas parrillas de programación y producción.

Unidad de Análisis: Canales Locales

En la investigación la unidad de análisis son los canales locales UNE, CNC y VISIÓN TV en los que se realizará a cada respectivo canal un análisis de contenido en

cuanto aspectos como estrategias de tv, identificar las temáticas y la forma bajo que procesos producen en la región.

Muestra: son los 3 canales por suscripción locales y sus programas de producción propia.

En la muestra se tomarán los 3 canales UNE, CNC y VISIÓN TV de la ciudad de Armenia, Quindío y que son empresas creadas por suscripción en donde la unidad de análisis serán las temáticas y producciones propias que hace respectivo canal y la manera a base de estrategias de tv atraen audiencias en la ciudad.

Técnicas de Recolección de Información

Entrevistas semi estructuradas a los directores encargados de cada canal, los cuales nos darán a conocer las características de los respectivos programas; como el tipo de programa, emisión, zona horaria, tipo de producción y todo lo relacionado con el producto audiovisual y poder detectar en los medios de televisión local los mecanismos de presentación de contenido audiovisual.

En este proyecto se hará un desplazamiento hasta los estudios de emisión y producción de cada respectivo canal para detectar y recoger información de cada programa también es necesario tomar las parrillas de programación y hacerles un análisis de contenido clasificándolo, por franjas en ambos canales, identificando los contenidos que allí presentan en su programación propia, y así se conocerá cómo lo ofrecen. De igual manera los ámbitos sociales que ellos como canal regional transmiten.

En la parte de estrategias de televisión se identificarán los mecanismos o las propuestas como nos venden los programas y con qué estrategia cada uno hace su diferencia; en el punto por competencia identificaremos cómo con su parrilla de programación compete uno con el otro y qué ventajas les dan a los consumidores.

También se contará con canales regionales a nivel nacional a los que se les realizarán unas encuestas virtuales, para que puedan dar un enfoque con respecto a la línea de investigación que se está trabajando para este proyecto de grado; entre ellos se contará con el Canal Telecafé, Teleantioquia, Telecaribe y Canal U. Contar con el aporte de estos canales es lo esperado, ya que desde sus producciones regionales, los mecanismos con que trabajan en el contexto y bajo que estrategias y tipos de contenidos presentan a sus televidentes, contribuirán en la construcción teórica de éste proyecto.

Es necesario conocer desde personas que a base de su experiencia aporten acerca de la producción y de qué manera se debe producir para los medios y en específico que tipos de contenidos y cómo llegan a sus audiencias. También es de suma importancia saber si como canales de otras regiones conocen los términos y los aplican en sus producciones; al igual es importante para la investigación porque guiará más en cuanto al objetivo general y los objetivos específicos.

Otra técnica de recolección que se aplicará en esta investigación son unas fichas, en las que se realizará análisis de contenido y describirá aspectos como tipo de programa, emisión, productor, director, presentador, duración, audiencia programa anterior, programa siguiente y remisión. Con estos datos se conocerán más afondo las características esenciales del programa y bajo qué criterios las crearon.

En la otra ficha se realizará una comparación con los canales UNE, CNC y VISIÓN TV con el fin de evidenciar la estrategia que utiliza el canal, si trabaja bajo competencia, alternativo o arrastre y como los canales locales se basan para presentar sus programas.

INSTRUMENTO PRUEBA PILOTO

CANALES	NOMBRE DEL PROGRAMA	ESTRATEGIA DE TV	CONTENIDO	EMISIÓN	AUDIENCIA
---------	---------------------------	---------------------	-----------	---------	-----------

A continuación, se aplicarán los instrumentos de análisis en donde se clasificará información para cumplir con los objetivos específicos propuestos en este proyecto.

Se evidenciarán las tablas con las que se trabajará todo el análisis de las parrillas de programación de los canales locales UNE, CNC y VISIÓN TV, de la ciudad de Armenia.

UNE	CRÓNICA TV	Competencia	Informativo	1:00 Pm	Todo público
CNC	CNC NOTICIAS	Competencia	Informativo	12:30 Pm	Todo público
VISIÓN TV	NOTICIERO NOTIVISIÓN	Competencia	Informativo	1:00 Pm	Todo público

análisis	CNC NOTICIAS QUINDIO							
Fecha de análisis	2013-10-19							
Transmisión	L a V 7 Pm en vivo							
Productor	Luis Fernando Rincón							
Cronica	Informativo							
Presentador	Camilo García Pinto							
Director	Carlos Alberto Arturo Martínez							
Franja								
Hora	Lunes a Viernes 7:30 Am 12:30 Pm 7:00 Pm Sábados y Domingos 7:30 12:30 Am Media Hora							
Duración	Media Hora							
Audiencia	Todo Publico							
Programa anterior	LUNES Clase UQ	MARTE S Magazin Circasia	MIERCOL ES Magazin 7 Días	JUEVES Armenia un Paraíso	VIERNES Testigo Directo	SABADO Punto de Vista	DOMINGO Despacho y Tusa	
audiencia								
Programa siguiente	LUNES Testigo Directo Sin Tantos Cuentos	MARTES Mi Barrio Sin Tantos Cuentos	MIERCOLES Salud en Casa Calle Real Sin Tantos Cuentos	JUEVES Punto de Vista Motorama Punto de Vista	VIERNES Nada Personal Calle Real tv Punto de Vista	SABADO Quindio Firme Clase UQ	DOMINGO Salud en Casa Calle Real TV	
audiencia								
Veces de remisión	3							
audiencia								

ANÁLISIS DE LA PRUEBA PILOTO

El análisis correspondiente a la prueba piloto realizada a los programas propios de los canales UNE, CNC y VISIÓN TV, de la ciudad de Armenia, se aplicaron dos instrumentos en los que se quería conocer y dar solución a los objetivos expuestos en determinado canal de televisión.

En el primer objetivo se dividió en 3 puntos específicos: informativo, educativo y de entretenimiento, con el fin de identificar la programación y el tipo de temática con la que se llevan a cabo. Con estos ítems se pretendió conocer la temática de cada programa y cómo cada uno tiene un punto que marca la diferencia.

En el segundo objetivo buscamos, dar a conocer de los programas propios de los canales CNC, UNE y VISIÓN TV, las estrategias de televisión que tiene cada canal, siendo estas de arrastre, alternativo y de competencia. En la prueba piloto se evidenció cada estrategia utilizada en los programas; éste cumpliría el objetivo propuesto para el análisis.

Respecto al tercer objetivo, se pretende dar a conocer las características de cómo el canal produce contenido para luego ser emitido a la audiencia; de igual manera en la ficha hicieron falta más detalles de los que requería el objetivo.

Finalmente en el cuarto objetivo, se busca conocer cómo los canales producen programas para determinados públicos y posteriormente estos cómo los clasifican según sea el público al que pretenden dirigirse. En la ficha se evidenció el tipo de público al que va dirigido cada programa, pero resultó quedarse corta de información.

Es importante destacar que esta ficha aportó detalles importantes a la hora de clasificar la información, por tal motivo, no fue aprobada para continuar en el proyecto, pero aun así contribuyó para que en la prueba piloto se transformara una nueva ficha más detallada para el proyecto.

Con la ficha # 2 se complementaron datos de la ficha # 1, cooperando para tener detalles más precisos del respectivo programa propio de determinado canal, logrando cumplir los objetivos propuestos en este proyecto, por tal motivo se mostrarán los ítems que se aprobaron para la recolección de la información que se requiere a la hora de analizar; estos fueron los puntos clasificados: análisis, fecha de análisis, transmisión, productor, temática, estrategia de tv, franja, programación, duración, tipo de audiencia, programa anterior y programa siguiente; dicho esto se llevará a cabo la continuación del proyecto.

Ficha aprobada:

Análisis	
Fecha de análisis	
Transmisión	
Productor	
Temática	
Estrategia de tv	
Franja	
Programación	
Duración	
Tipo de audiencia	
Programa anterior	
Programa siguiente	
Remisiones	

Aplicación de instrumento

Canal UNE

Análisis	Noticiero
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	L-V 7:00AM a 8:30 AM y 1:00PM a 2:00PM
Productor	Mañana: Yeisten Mursia- Tarde: Carlos Andres Estrada
Temática	Noticiero
Estrategia de tv	Informativo
Franja	Mañana, medio día y prime time
Programación	L-V 1PM a 2PM y 7:30 PM a 8:00 PM
Duración	1 hora al medio día y en la noche media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Remisión de Qué Golazo y Cine TV
Programa siguiente	Receta Caribe
Remisiones	2 por día- 10 por semana

Análisis	Qué Golazo
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes / 7PM a 7:30 PM
Productor	Carlos Andres Estrada
Temática	Informativa-deportiva
Estrategia de tv	Informativo
Franja	Prime time
Programación	L-V 12:30 PM a 1:00 PM y 7:00 PM a 7:30 PM
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	En Boca de Todos, Versión Beta y Zona Zap Ls
Programa siguiente	La Crónica TV
Remisiones	2 por día- 10 por semana

Canal CNC

Análisis	CNC Noticias
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	L-V 7:00 PM En Vivo
Productor	Luis Eduardo Rincón
Temática	Noticioso
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Mañana, Medio día y prime time
Programación	Lunes y viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Medio día: Televentas- Noche: Magazin 7 Días, Salud en Casa, Clase UQ, Quindío Firme- Media Noche: Mi Barrio, Café y Palabra, Circasi y Punto de Vista
Programa siguiente	Testigo Directo, Mi Barrio, Salud en Casa, Punto de Vista, Nada Personal- Al Medio Día: Sin Tantos Cuentos, Calle Real TV, Motorama y
Remisiones	3 por día y 15 por semana

Análisis	Televentas
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes 9:30 AM a 10:00 AM Pregrabado- 2 programas mensuales
Productor	Fabian Orozco
Temática	
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Mañana
Programación	Lunes a viernes
Duración	Media Hora
Tipo de audiencia	Todo Público
Programa anterior	Selva Ulises, Mi Barrio, Futbol Survisión, Clase UQ, Calle Real, CNC Noticias
Programa siguiente	Aquí en la Tarde, Clase UQ, Punto de Vista, Calle Real, Quindío Firme, CNC Noticias, Musicales CNC, La Selva de Ulises, Lo Max Sonado y Fin de Emisión
Remisiones	2 por día 17 por semana

Análisis	Aquí en la Tarde
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	V 5:00 PM En Vivo
Productor	Luis Eduardo Rincón
Temática	Magazin Variedades
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Tarde
Programación	L unes y Viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Televentas, Sin Tantos Cuentos, Quindío Firme
Programa siguiente	Armenia un Paraiso, Mi Barrio, Sin Tantos Cuentos, Salud en Casa y Punto de Vista
Remisiones	6 Remisiones por Semana

Análisis	Mi Barrio
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	L 6:00 PM Pregravado 1 Semanal
Productor	Gonzalo Andres Betancourt
Temática	Comunitario
Estrategia de tv	Informativo
Franja	Tarde
Programación	Lunes, martes, jueves y viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Armenia un Paraiso, Aquí en la Tarde, Sin Tantos Cuentos, Televentas, Quindío Firme y Salud en Casa
Programa siguiente	Televentas, Magazin 7 Dias CNC Noticias, Clase UQ
Remisiones	7 Remisiones por semana

Análisis	Sin Tantos Cuentos
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	L Y M 8:00 PM En Vivo
Productor	Luis Eduardo Rincón
Temática	Opinión
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Prime time
Programación	Lunes, martes y jueves
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	CNC Noticias, salud en casa
Programa siguiente	Futbol Sur Visión, Aquí en la tarde, Salud en casa y Circasia
Remisiones	1 por día y 3 por semana

Análisis	Fútbol Survisión
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes 2:30 PM a 3:00 PM
Productor	Pedro Pablo Gordillo
Temática	Deportes
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Tarde
Programación	Lunes, martes, miércoles y viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Sin Tantos Cuentos, Clase UQ y Calle Real TV
Programa siguiente	La Selva Ulises y Televentas
Remisiones	1 por día y 3 por semanas

Análisis	Punto de Vista
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	J y V 8:00 PM
Productor	Luis Eduardo Rincón
Temática	Opinión
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Prime Time
Programación	Martes, Miércoles, Jueves y Viernes
Duración	1 hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Salud en Casa, Magazin Mira, CNC Noticias, Aquí en la Tarde, Televentas y Testigo Directo
Programa siguiente	Café y Palabra, Motorama, La Selva de Ulises, Clase UQ y Quindío Firme
Remisiones	2 por día y 4 por semana

Análisis	Café y Palabra
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Martes 11:00 PM Pregabrado
Productor	Willian Ruiz
Temática	Opinión
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Noche
Programación	Martes y Miércoles
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Punto de Vista
Programa siguiente	CNC Noticias
Remisiones	1 por día y 1 por semana

Análisis	Salud en Casa
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Mi y V 6:00 PM En Vivo
Productor	Luis Eduardo Rincón
Temática	Salud
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Tarde
Programación	Martes, Miércoles, Jueves y Viernes
Duración	1 hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Musicales CNC, Sin Tantos Cuentos, CNC Noticias, Clase UQ, Quindío Firme, Aquí en La Tarde, Noche Romántica y Armenia Un Paraiso
Programa siguiente	CNC Noticias, Punto de Vista, La Selva Ulises, Sin Tantos Cuentos, Mi Barrio, Lo Más Sonado, Magazin Siete Días, Televentas y Motorama
Remisiones	1 por día y 5 por mes

Análisis	Quindío Firme
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Viernes 10:00 AM a 10:30 AM
Productor	Elicer Santanilla
Temática	Gubernamental Informativa
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Mañana
Programación	Jueves y Viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Testigo Directo, Nada Personal, Televentas, Magazin Siete Días y Punto de Vista
Programa siguiente	Mi Barrio, CNC Noticias, Salud en Casa, Aquí en La Tarde
Remisiones	1 por día y 3 por semana

Análisis	Motorama
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Domingos 8:00 AM Pregrabado
Productor	John Jairo Jiménez
Temática	Deportivo
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Mañana
Programación	Miércoles, sábados y domingos
Duración	1 hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Punto de Vista, Clase UQ y Salud en Casa
Programa siguiente	Clase UQ y Noche Romántica
Remisiones	1 por día y 2 por semana

Análisis	Viva La Gente
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Jueves 5:30 PM En Vivo
Productor	Luis Eduardo Rincón
Temática	Opinión
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Tarde
Programación	Jueves
Duración	1 hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Lo Más Sonado
Programa siguiente	Quindío Firme
Remisiones	1 por día y 1 por semana

Análisis	Lo Más Sonado
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Jueves 3:00 PM Pregrabado
Productor	Gonzalo Andrés Bernal
Temática	Musical
Estrategia de tv	Entretenimiento
Franja	Tarde
Programación	Jueves, Sábados y Domingos
Duración	1 hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Armenia Un Paraíso, Salud en Casa y Aquí en La Tarde
Programa siguiente	La Selva Ulises, Televentas, Nada Personal y Magazin Siete Días
Remisiones	1 por día y 4 por semana

Análisis	Despecho y Tusa
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Domingos 10:00 AM - Pregrabado
Productor	Luis Eduardo Rincón
Temática	Musical
Estrategia de tv	Entretenimiento
Franja	Mañana
Programación	Domingos
Duración	2 horas
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Testigo Directo
Programa siguiente	CNC Noticias
Remisiones	No tiene

Análisis	Noche Romántica
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Domingos 9:00 AM Pregrabado
Productor	Pedro Pablo Goridillo
Temática	Musical
Estrategia de tv	Entretenimiento
Franja	Mañana
Programación	Sábados y domingos
Duración	1 hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Motorama
Programa siguiente	Salud en Casa y Testigo Directo
Remisiones	1 por día y 1 por semana

Canal VISIÓN TV

Análisis	Hablando Claro
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes a Viernes 11PM en vivo
Productor	Cesar Augusto Zuleta
Temática	Opinión y participación ciudadana
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Mañana
Programación	Lunes a sábado
Duración	1 hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Franja infantil y vida y salud
Programa siguiente	Show de cocina
Remisiones	1 por día 6 por semana

Análisis	Francamente
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes a viernes de 7:00 a 8:00 pm en vivo
Productor	Jota Dominguez Giraldo
Temática	Opinión
Estrategia de tv	Informativo
Franja	Prime time
Programación	Lunes a viernes
Duración	1 hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Documental
Programa siguiente	Noticiero
Remisiones	1 por día, 5 por semana

Análisis	Magazin Visión
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes a Viernes de 7:30 a 9:30 am en vivo
Productor	Javier Alonso Ortíz
Temática	Humor
Estrategia de tv	Entretenimiento
Franja	Mañana
Programación	Lunes a viernes
Duración	2 horas
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Noticiero y manualidades
Programa siguiente	Franja musical, 10 en Deportes, Salud y Vida
Remisiones	1 por día, 6 por semana

Análisis	Dese Cuenta
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes, miércoles y viernes de 6:30 a 7:00pm pregrabado
Productor	Angelica Bermudez
Temática	Crónica denuncia
Estrategia de tv	Informativo
Franja	Noche
Programación	Lunes, miércoles y viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Magazin
Programa siguiente	Documental
Remisiones	1 por día, 3 por semana

Análisis	Qué vainas
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes de 8:30 a 9:00 pm pregrabado
Productor	Carlos Arturo Delgadillo
Temática	Humor y curiosidades
Estrategia de tv	Entretenimiento
Franja	Noche
Programación	Lunes a viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Noticiero
Programa siguiente	Videos y conciertos
Remisiones	1 por día, 4 por semana

Análisis	Notivisión
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes a Viernes de 7:00 a 8:00 am en vivo
Productor	Javier Ortíz
Temática	Noticioso
Estrategia de tv	Informativo
Franja	mañana
Programación	Lunes a viernes
Duración	1 hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Documental
Programa siguiente	Magazine
Remisiones	2 por día, 10 por semana

Análisis	10 en Deportes
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes a viernes de 12:30 a 1:00 pm pregrabado
Productor	Francisco Bautista
Temática	Deportes
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Prime time
Programación	Lunes a viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Show de cocina y Magazine
Programa siguiente	Noticiero, documental, clase UQ y salud y vida
Remisiones	1 por día, 5 por semana

Análisis	Manualidades
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes de 3:30 a 4:00 pm pregrabado
Productor	Lorena Ñañez Salazar
Temática	Manuales
Estrategia de tv	Entretenimiento
Franja	Tarde
Programación	Lunes a viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Show de cocina y Alcaldía
Programa siguiente	Magazine
Remisiones	1 por día, 4 por semana

Análisis	El Show del Sabor
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Lunes de 12:00 a 12:30 pm pregrabado
Productor	Lorena Ñañez Salazar
Temática	Cocina
Estrategia de tv	Entretenimiento
Franja	Medio Día
Programación	Lunes a viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Hablando Claro
Programa siguiente	Noticiero y 10 en Deportes
Remisiones	1 por día, 5 por semana

Análisis	Salpicón
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Martes 9:30 a 10:00 pm pregrabado
Productor	Claudia Restrepo
Temática	Opinión
Estrategia de tv	Informativa
Franja	Noche
Programación	Lunes y viernes
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Noticiero
Programa siguiente	Qué vainas
Remisiones	1 por día, 2 por semana

Análisis	Salud y Vida
Fecha de análisis	12/09/2014
Transmisión	Jueves de 6:00 a 6:30 pm pregrabado
Productor	Mario Fernando Moncada
Temática	Salud
Estrategia de tv	Entretenimiento e informativa
Franja	Tarde
Programación	Jueves y sábados
Duración	Media hora
Tipo de audiencia	Todo público
Programa anterior	Magazine y Documental
Programa siguiente	Hablando Claro y Franja Musical
Remisiones	1 por semana

Triangulación		
Objetivo específico 1	Preguntas y respuestas	Teoría
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las temáticas que se emiten en los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia. 	<p>¿cuál es la importancia del contenido audiovisual?</p> <p>¿Los temáticos educación, entretenimiento e información, son tenidas en cuenta al momento de realizar programas propios?</p>	<p><i>“Un tercer elemento sonoro que conforma el mensaje informativo de la televisión es la voz humana. Este elemento, aunque no siempre es imprescindible para la codificación completa de un mensaje audiovisual, si lo es en la mayoría de las ocasiones”.</i> (Roglán & Equiza, 1996, p.16)</p>

Triangulación

Las temáticas en la televisión son la carta o el catalogo de todo lo que ofrecen los canales a nivela nacional, regional y local con el fin de atrapar a todo tipo de audiencias con contenidos para todo público, entre esos están informativo, entretenimiento, infantiles, deportes, películas, educativos, series , documentales, música etc. Estos son en general unas cuantas categorías de temáticas que nos rodean a diario en la televisión; basado esto en el objetivo identificar las temáticas que se emiten en los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia.

Se arrojó que los canales locales de la ciudad de Armenia UNE, CNC y VISION TV cuentan con variedad en temáticas por ejemplo los tres canales cuentan con variedad pero tienen en sus temáticas la diferencia, muestra de ello es que el canal CNC cuenta con un alto porcentaje en temáticas de opinión, el canal UNE está distribuido de una manera muy equilibrada ya que dispone de igual variedad en las temáticas y el canal Visión tv se enfoca en temáticas informativas pero cumplen a cabalidad para ser canales locales.

Basado esto con el autor, *“Un tercer elemento sonoro que conforma el mensaje informativo de la televisión es la voz humana. Este elemento, aunque no siempre es imprescindible para la codificación completa de un mensaje audiovisual, si lo es en la mayoría de las ocasiones”*. (Roglán & Equiza, 1996, p.16).

Según lo dicho por “Roglán & Equiza”, quien plasma la importancia de la voz humana cuando se es transmitida al aire, muestra la intención que tiene la persona para revelar la información que la audiencia requiere.

La influencia que arrojaron los contenidos es acerca de la calidad de información a los espectadores de la región, puesto que la entretención y la orientación en cuanto a las temáticas es buena ya que disponen de programas que le aportan a la región y más aún cuando son todos dinamizados con referencia a las marcas cafeteras, que son a las que más le trabajan los tres canales.

El objetivo que tienen es entretener y vender a través de la pauta que es la garantía del negocio en los canales locales en la ciudad de Armenia, los tres tienen un segundo objetivo en sus temáticas acompañar a la familia en sus momentos de reunión y descanso, así como apoyar al libre mercado de la publicidad de la región Quindiana.

Otro aspecto importante que arrojó la investigación hace referencia a las temáticas han tenido multiplicidad con nuevas plataformas de difusión con las audiencias esto quiere decir que le apuestan mucho a tener buen plan de marketing digital que es la interacción canal audiencia para conocer como están recibiendo el tipo de programación de respectivo canal.

Triangulación		
Objetivo específico 2	Preguntas y respuestas	teoría
<ul style="list-style-type: none"> • Definir las estrategias de televisión que utilizan los canales locales UNE, CNC Y Visión TV de la ciudad de armenia. 	<p>¿Cómo utilizan las estrategias a la hora de informar, entretener y educar, y para ustedes cuales son más importantes a la hora de establecer la parrilla de programación?</p> <p>¿Cuáles son los objetivos que ustedes buscan en la implementación de estas estrategias?</p>	<p><i>J. Day “habla sobre el modelo norteamericano de televisión” diciendo que todo es un negocio en el cual se busca conseguir el máximo beneficio y por este motivo es que los canales televisivos organizan la programación de tal modo que les sea rentable, los programas de televisión se emiten para hacer competencia a otros programas hasta el punto en que la programación se reduce a un instrumento para obtener las tarifas más altas de publicidad”.</i></p>

Triangulación

Hablar de captación de audiencias es una batalla la que los medios televisivos están expuestos en su diario vivir, pero es más difícil constatar que los programas que se programan, sean por ofrecer a la audiencia un buen contenido y por el cual estén conectados con este, y no por llenar una parrilla de programación sin motivación alguna.

Las estrategias de televisión son los métodos que se utilizan en la televisión para hacer el punto diferenciador de un canal y poder obtener una buena audiencia, pero también es de dejar en claro que las estrategias de televisión son la construcción de unas tácticas y técnicas de captación de audiencia.

Los canales locales de la ciudad de Armenia demuestran que una buena estrategia a la hora de llevar al aire programación es ajustar a la parrilla programas informativos por que atraen a diferentes tipos de audiencias otra de esas estrategias de televisión es que en sus parrillas ofrecen una programación todos los días en la misma hora esto ayuda a todo canal a fidelizar a los telespectadores; además dan inicio al programa unos minutos antes que la competencia para captarlos televidentes.

Según el objetivo propuesto para este proyecto que es Definir las estrategias de televisión que utilizan los canales locales UNE, CNC Y Visión TV de la ciudad de Armenia, fue sustentado con el siguiente autor que afirma que:

J. Day “habla sobre el modelo norteamericano de televisión” diciendo que todo es un negocio en el cual se busca conseguir el máximo beneficio y por este motivo es que los canales televisivos organizan la programación de tal modo que les sea rentable,

los programas de televisión se emiten para hacer competencia a otros programas hasta el punto en que la programación se reduce a un instrumento para obtener las tarifas más altas de publicidad”.

A continuación el autor, “J. Day”, da a conocer que las estrategias de televisión son métodos para llegar a las audiencias, y buscan una innovación constante y variada, que atraiga a todo tipo de público; pero también da a entender que los canales de televisión deben manejar estrategias diferentes a beneficio de cada uno de ellos, para lograr atrapar a las audiencias por su programación.

Entre los métodos a nivel profesional, se conocen estrategias por competencia: el mismo programa en el mismo canal. Alternativo: es el mismo tipo de canal, pero ofreciendo otro tipo de programación al televidente. Finalmente, por arrastre: incluir otra programación para llenar la parrilla.

De esta manera se puede decir, que la gran variedad de canales a nivel nacional, regional y local, trabajan con estos métodos y poco a poco mejoran los tipos de programación que brindan diariamente a las audiencias en los medios televisivos; y llevando la teoría con respecto al objetivo, se demuestra que cumple satisfactoriamente con lo propuesto.

Triangulación		
Objetivo específico 3	Preguntas y respuestas	Teoría
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar las características de los contenidos de producción propias de los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia. 	<p>¿Qué características o elementos considera pertinente en la implementación de la programación y las estrategias de televisión?</p>	<p><i>La cuestión aquí no es ¿Cuál es el impacto de estos programas? Sino más bien, ¿Qué significan estos programas? Sólo después de haber pensado sus posibles significados como objetos culturales y como signos de interacción cultural entre productores y audiencias podríamos comenzar a preguntarnos acerca de sus efectos. (TOD GITLIN, 1987, p. 507)</i></p>

Triangulación

En la televisión es de suma importancia conocer las características de los contenidos de la programación ya que este aporta a logran los objetivos que cada canal tiene en sus políticas de calidad como empresa.

Entre esas características están zona horaria, temáticas, patrocinadores audiencias etc., pero no solo esto es importante para la programación de una parrilla sino que es de mayor valor la persona a cargo de llevar a cabo todo lo que esta instaurado en una parrilla de programación para esto es de interés nombrar a los productores generales de los canales que son los encargados de llevar al aire los contenidos y sus determinadas características que básicamente consisten en la realización de tareas que son necesarias para el canal como coordinación , planificación, presupuesto, grabación y postproducción para la elaboración exitosa de un programa o serie que se quiera poner en la parrilla de determinado canal.

Conociendo esto es lo que se busca con el siguiente objetivo: Analizar las características de los contenidos de producción propias de los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia. Entendido este objetivo se aborda el siguiente autor que cita la siguiente teoría que aporta resolver la cuestión planteada.

La cuestión aquí no es ¿Cuál es el impacto de estos programas? Sino más bien, ¿Qué significan estos programas? Sólo después de haber pensado sus posibles significados como objetos culturales y como signos de interacción cultural entre productores y audiencias podríamos comenzar a preguntarnos acerca de sus efectos. (TOD GITLIN, 1987, p. 507).

Teniendo en cuenta el autor, “TOD GITLIN” , las características de programación que se analizan en los programas propios, son para determinar o identificar la manera correcta en que deben ser realizadas y presentadas cada una de las producciones a los televidentes. Estas características de análisis son: zona horaria, temática, patrocinadores, por tipo de audiencias, entre otros. Estos dan como resultado, diferencias que como canales se deben tener presentes, pero aun así, todos cumplen los estándares establecidos para poder realizar el producto y ponerlo al aire.

Triangulación		
Objetivo específico 4	Preguntas y respuestas	teoría
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las audiencias a las que van dirigidos los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia. 	<p>Analizar los tipos de audiencias a los que va dirigidos la programación de los canales locales UNE, CNC y Visión TV, de la ciudad de Armenia.</p> <p>¿Se basan ustedes como canal en alguna teoría o autores a la hora de la elaboración de la parrilla de programación o bajo qué criterios lo hacen?</p>	<p><i>“la economía de la programación comprende la financiación de las cadenas, los targets y los anunciantes, la producción, y la programación horaria (Vilches)”.</i></p>

Triangulación

Las audiencias en los canales son de suma importancia porque son la vida de cada canal son los ojos por lo que un canal camina en su diario vivir.

La labor de cada uno de los canales es llegar a la audiencia por medio de estrategias y poder responder a las necesidades de los televidentes.

Para esto se plantea un objetivo que consiste en: Identificar las audiencias a las que van dirigidos los canales locales UNE, CNC y Visión TV de la ciudad de Armenia; y donde la teoría respalda el objetivo con el fin de llegar a un buen resultado acerca de cómo los canales deben tener a la audiencia en primer instancia como valor más importante.

“la economía de la programación comprende la financiación de las cadenas, los targets y los anunciantes, la producción, y la programación horaria (Vilches)”.

Según el autor, “Vilches”, es importante identificar unos objetos que enfatizen la programación, para llegar a las audiencias establecidas. Esos aspectos pueden ser: la franja horaria y la temática. Estos factores son relevantes para lograr que a la hora de la transmisión del programa, las audiencias se vean atraídas por el producto y lo consuman.

Triangulación		
Objetivo general	Preguntas y respuestas	teoría
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar las características principales en la parrilla de programación de los canales locales UNE, CNC Y Visión TV de la ciudad de Armenia. 	<p>¿Qué intensión tienen en la elaboración de sus productos en la parrilla de programación?</p>	<p>Como lo puntualizo el autor del libro tomado: “la economía de la programación comprende la financiación de las cadenas, los targets y los anunciantes, la producción, y la programación horaria (Vilches)”.</p>

Triangulación

La televisión cuenta con determinadas características que son sumamente importantes al ser llevadas al aire, esas son: transmitir, programación, estrategias, contenidos, etc., que llevan al desarrollo del medio; como es conocida la televisión es un medio de comunicación masiva, donde su gran propósito es llegar a un gran número de espectadores.

La televisión ofrece características como credibilidad, peso informativo y demás que fueron especificadas durante todo el proyecto; destacando clasificar criterios que son la importancia para la difusión audiovisual que se debe presentar a las audiencias.

En las parrillas de programación de los canales locales UNE, CNC y VISIÓN TV de la ciudad de Armenia se destacaron características de programación muy relevantes como temáticas, estrategias etc. que hicieron determinar aspectos para analizar las parrillas de programación.

En conclusión los objetivos específicos lograron arrojar detalles para responder al objetivo general que es mostrar las características generales de los canales locales UNE, CNC Y VISIÓN TV de la ciudad de armenia.

CAPÍTULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusión general

Con este proyecto se logró cumplir con los objetivos específicos y así darle solución al objetivo general, el cual consistía en analizar las características principales en la parrilla de programación de los canales locales UNE, CNC Y Visión TV de la ciudad de Armenia.

En este proceso que se llevó a cabo para la elaboración de este proyecto, se contó con la colaboración de los tres canales regionales UNE, CNC y Visión TV. Igualmente, con la sede principal de Telecafé en la ciudad de Manizales, el canal Telecafé Armenia, canal Tele Medellín, canal U, Telecaribe, quienes contribuyeron con datos específicos que aportaron a la elaboración del marco teórico, así como definiciones puntuales que se requirieron para la construcción general de este proyecto.

Así mismo, se contó con la colaboración de los productores de los diferentes canales nombrados anteriormente, quienes de una forma u otra aportaron información e instrumentos como parrillas de programación, para favorecer así a la información que se requería en los objetivos específicos, como las estrategias, análisis de contenido, características y demás elementos que se formularon al iniciar este trabajo.

A pesar de no contarse con autores a cerca de las estrategias de televisión y temáticas televisivas, se logró establecer información con algunos autores, nombrados anteriormente en

el marco teórico y construir una base que permitiera continuar con el desarrollo de este proyecto. Además se contó con la ayuda de los canales y de profesionales expertos en el tema, para la creación de la teoría.

Pasando de las teorías al desarrollo del proyecto, se llegó a la tarea de elaborar unas fichas, que contribuyeron a las respuestas claras y específicas de lo que se requería al inicio de este documento. En estas fichas se desarrollaron temas que se priorizaron en los objetivos específicos y que al ser dados a los canales, estos nos dieron respuesta a los interrogantes que se necesitaban solucionar.

Respecto al análisis como tal de este proyecto de investigación, la suficiente y eficaz información que se obtuvo en este proceso, respondió los objetivos propuestos como se requerían, de una manera más amplia, aportando elementos fundamentales tanto para nuestra vida profesional como para el proyecto en general.

El proyecto en general se cumplió satisfactoriamente, ya que además de dar respuestas claras y precisas a los objetivos específicos y finalmente al objetivo general, se da por cumplido que los canales locales del departamento del Quindío, cumplen normas que están reglamentadas pero que a su vez tienen ciertas falencias, por ejemplo: no tener un orden en la emisión de los programas emitidos, es decir, no le dan continuidad y de alguna manera esto le genera confusión a los televidentes, pues no van a tener una programación clara y un horario establecido para ella. Debilidades que intentan sacar adelante, mejorándolas para poder así brindarle a la audiencia un mejor contenido televisivo en sus parrillas de programación.

Recomendaciones

El proyecto en general se cumplió satisfactoriamente, ya que además de dar respuestas claras y precisas a los objetivos específicos y finalmente al objetivo general, se da por cumplido que los canales locales del departamento del Quindío, cumplen normas que están reglamentadas pero que a su vez tienen ciertas falencias, las cuales intentan sacar adelante, mejorándolas para poder así brindarle a la audiencia un mejor contenido televisivo en sus parrillas de programación.

Agradecimientos

En este trabajo de grado agradecemos directa e indirectamente a personas que estuvieron presentes en las dos etapas para aportar a esta investigación y poder culminar su elaboración.

Le agradecemos al profesor Mauricio Fernando Ocampo, coordinador de la línea de medios por ayudar a orientar como asesor la idea de investigación de inicio a fin. A los canales locales CNC, UNE Y VISION TV de la ciudad de Armenia, por manifestar interés en la idea de proyecto porque de una manera u otra se contó con la colaboración de su personal para facilitar información pertinente y hacer un acompañamiento en este proceso investigativo.

También agradecemos a productores de canales como telecafé Manizales, Teleantioquia y Canal u por compartirnos información importante, que apoyó conocimientos, fuera y dentro de la universidad, haciendo posible la culminación de esta idea de investigación. A nuestros amigos y colegas de proyecto que trabajamos hombro a hombro durante este año 2014 dando la mejor energía y empeño para sacar a delante éste proyecto.

Damos un gran agradecimiento a las profesoras Paola Rodríguez y Paula Peñuela quienes en su labor de docentes nos brindaron su conocimiento e hicieron aportes y correcciones para este trabajo y así poder darnos una perspectiva diferente alrededor de la investigación.

Por último a nuestros familiares, en especial padres por no perderse un solo día de nuestras vidas alegrándolas con su forma más particular siendo padres, mostrando su labor que ni siquiera nadie se puede imaginar.

Bibliografía

Wenceslao Castañares y Eugenio López de Quintana Sáenz.

Guillermo Gómez Orozco, Elena Dorrego y Joan Pratts ferrés

Cibergrafía

<http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/Televisin-y-menoresAnlisis-de-flujos-de-programacin-y-de-recepcin-Estudio-comparado-2003-2007/346>

<file:///C:/Users/JUAN%20PABLO/Downloads/Comunicar-30-Lozano-67-72.pdf>

http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1657-92672006000200002&script=sci_arttext

<http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n16/n16a4.pdf>

<file:///C:/Users/JUAN%20PABLO/Downloads/38245-45044-1-PB.pdf>

Anexos

Cronograma

Entrevista semiestructurada

Tablas