

| | | | | |
|---|---|-------------------|--------------|----------|
|  | UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA | | | |
| | Documento | Código | Fecha | Revisión |
| FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO | F-AC-DBL-007 | 08-07-2021 | B | |
| Dependencia | Aprobado | | Pág. | |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA | SUBDIRECTOR ACADEMICO | | 1(56) | |

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

| | | | |
|--|---|----------------|---------|
| AUTORES | Ana Milena Yaruro Picón | | |
| FACULTAD | Facultad de Educación, Artes y Humanidades | | |
| PLAN DE ESTUDIOS | Comunicación Social | | |
| DIRECTOR | Ana Paola Balmaceda Mora | | |
| TÍTULO DE LA TESIS | Diseño de franja de contenido juvenil para el Canal TRO, a fin de fortalecer la participación y opinión de los jóvenes. | | |
| TITULO EN INGLES | Design of a youth content slot for the TRO Channel, in order to strengthen the participation and opinion of young people. | | |
| RESUMEN | | | |
| El presente proyecto tiene como objetivo presentar el plan de trabajo que se llevó a cabo en la empresa Canal TRO, en relación con la propuesta de diseño de la franja televisión juvenil. Proyecto que, en un primer momento, da a conocer los resultados del diario de observación realizado, a partir del que se trazó una ruta de trabajo que se encuentra expuesta en el siguiente informe. | | | |
| RESUMEN EN INGLES | | | |
| The objective of this project is to present the work plan that was carried out in the company Canal TRO, in relation to the design proposal for the youth television slot. Project that, at first, reveals the results of the observation diary carried out, from which a work route was drawn up that is exposed in the following report. | | | |
| PALABRAS CLAVES | Televisión, Canales Regionales, Jóvenes, Producción. | | |
| PALABRAS CLAVES EN INGLES | Television, Regional Channels, Youth, Production. | | |
| CARACTERÍSTICAS | | | |
| PÁGINAS: 56 | PLANOS: | ILUSTRACIONES: | CD-ROM: |



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88
 atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

Diseño de franja de contenido juvenil para el canal TRO, a fin de fortalecer la participación y opinión de los jóvenes

Ana Milena Yaruro Picón

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Comunicación Social

Mg. Ana Paola Balmaceda Mora

Agosto de 2021

Índice

| | |
|---|-----------|
| Índice..... | 2 |
| Capítulo 1. Diseño de una franja de contenido juvenil para fortalecimiento de la participación y opinión de los jóvenes..... | 7 |
| 1.1 Descripción breve de la empresa..... | 7 |
| 1.1.1 <i>Misión</i> | 7 |
| 1.1.2 <i>Visión.</i> | 7 |
| 1.1.3 <i>Objetivos de la empresa.</i> | 8 |
| 1.1.4 <i>Descripción de la estructura organizacional.</i> | 8 |
| 1.1.5 <i>Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.</i> | 9 |
| 1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada..... | 10 |
| 1.2.1 Planteamiento del problema..... | 13 |
| 1.3. Objetivos de la pasantía..... | 14 |
| 1.3.1 <i>Objetivo General</i> | 14 |
| 1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i> | 14 |
| 1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma | 14 |
| 1.5. Cronograma de actividades | 15 |
| Capítulo 2. Enfoques referenciales..... | 18 |
| 2.1 Enfoque conceptual..... | 18 |
| 2.2 Enfoque legal..... | 20 |
| Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo | 23 |
| 3.1 Presentación de resultados | 23 |
| 3.1.1 <i>Resultado del primer objetivo específico</i> | 23 |
| 3.1.2 <i>Resultado del segundo objetivo específico</i> | 28 |
| 3.1.3 <i>Resultado del tercer objetivo específico</i> | 38 |
| Capítulo 4. Diagnóstico final..... | 50 |
| 5. Conclusiones | 51 |
| 6. Recomendaciones | 53 |
| Referencias..... | 54 |

Lista de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. <i>Organigrama Canal TRO</i> | 3 |
| Figura 2. <i>Evidencia fotográfica</i> | 27 |
| Figura 3. <i>Evidencia fotográfica</i> | 27 |
| Figura 4. <i>Evidencia fotográfica</i> | 27 |
| Figura 5. <i>Evidencia fotográfica</i> | 30 |
| Figura 6. <i>Evidencia fotográfica</i> | 30 |
| Figura 7. <i>Presentación del magazine</i> | 31 |

Lista de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. <i>Datos promedios de 21 emisiones de Mano Al Planeta</i> | 4 |
| Tabla 2. <i>Diario de observación</i> | 5 |
| Tabla 3. <i>Matriz DOFA cruzada de la dependencia asignada</i> | 5 |
| Tabla 4. <i>Cuadro de actividades</i> | 8 |
| Tabla 5. <i>Cronograma de actividades del proyecto de investigación</i> | 9 |
| Tabla 6. <i>Presentación de resultados</i> | 17 |
| Tabla 7. <i>Presentación del presupuesto</i> | 28 |
| Tabla 8. <i>Primer guion</i> | 29 |
| Tabla 9. <i>Segundo guion</i> | 32 |
| Tabla 10. <i>Tercer guion</i> | 34 |
| Tabla 11. <i>Cuarto guion</i> | 36 |
| Tabla 12. <i>Quinto guion</i> | 38 |

Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo presentar el plan de trabajo que se llevó a cabo en la empresa Canal TRO, en relación con la propuesta de diseño de la franja juvenil. Proyecto que, en un primer momento, da a conocer los resultados del diario de observación realizado en la empresa.

A partir de la identificación de los hallazgos encontrados en el diario de observación y la matriz DOFA realizada, se trazaron unos objetivos, al igual que una ruta de trabajo que se encuentra expuesta en el siguiente informe, y permite vislumbrar el proceso de construcción de esta propuesta de producción televisiva.

Introducción

Con la globalización de las redes sociales y la sobresaturación de contenido que existe en ellas, parece que la tarea de captar la atención de los jóvenes hacia un programa de televisión es cada día más complicada, pues la velocidad con que reciben y olvidan la información es mucho mayor, convirtiéndolos en uno de los públicos objetivos más complejos de atraer y fidelizar. Sin embargo, no por el hecho que sea difícil, significa que es una misión que se deba dejar a un lado.

La participación de los jóvenes en esferas pública y política cada día es mayor y son ellos quienes desde sus procesos de transformación lideran y construyen poco a poco el mundo del mañana, razón por la que es imperativo, que la juventud esté inmersa en la televisión regional, participando y creando contenido hecho por jóvenes y para jóvenes, donde la cultura que los representa, este presente.

Aludiendo a esta necesidad, y teniendo en cuenta factores encontrados en el diagnóstico realizado en el proyecto, se decide construir una propuesta de diseño de franja juvenil para el Canal TRO, donde los jóvenes de la región de Gran Santander, puedan ser protagonista y encuentren un espacio de expresión, atrayente pero también educativo. En caminado a este objetivo principal se trazaron una serie de objetivos específicos que dieron forma a este proyecto.

Capítulo 1. Diseño de una franja de contenido juvenil para fortalecimiento de la participación y opinión de los jóvenes.

1.1 Descripción breve de la empresa

Canal TRO (Televisión Regional del Oriente) es un canal colombiano de televisión abierta creado el 22 de junio de 1995 para informar, educar y entretener a la audiencia de los departamentos de Santander y Norte de Santander. Hoy en día es el principal medio de comunicación a través del cual se visibiliza la cultura, costumbres, tradiciones e información del oriente colombiano. Su variedad de programación brinda contenido de calidad tanto para los más grandes de la casa, así como para los más pequeños, pues la programación de dicho medio de comunicación está orientada hacia todo tipo de público.

Su sede principal se encuentra ubicada en el municipio de Floridablanca, área metropolitana de la ciudad de Bucaramanga en el departamento de Santander, además cuenta con una segunda sede en la ciudad de Cúcuta (Norte de Santander), desde donde también se realizan emisiones de interés hacia los consumidores del canal.

1.1.1 Misión

“Somos la Televisión Pública Regional que integra, gestiona, difunde y proyecta la identidad cultural del Oriente Colombiano al Mundo.” (Canal TRO, s.f.)

1.1.2 Visión.

“Para el 2030 ser una empresa líder en la realización de contenidos multiplataforma, generando una experiencia que cautive el corazón de nuestras audiencias.” (Canal TRO, s.f.)

1.1.3 Objetivos de la empresa.

“Operación del servicio de televisión y la producción, realización y emisión de televisión cultural y educativa que conduzca a la difusión del conocimiento científico, filosófico, académico, artístico, popular y también aquellos programas cuyo contenido tenga como propósito elevar el desarrollo humano o social de los habitantes de la región o fortalecer su identidad cultural o propender por la conservación de la democracia y convivencia nacional”.

(Canal TRO, s.f.)

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.

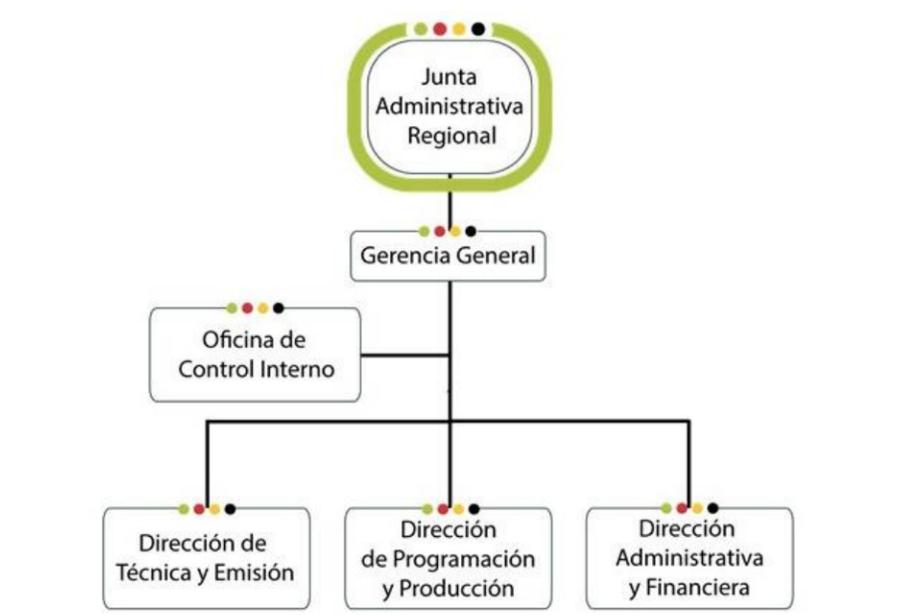
La estructura organizacional de Canal TRO, se encuentra encabezada por la junta administrativa regional, que se encarga de velar por cumplimiento de las políticas institucionales, así como también del correcto aprovechamiento de los recursos de los que se disponen.

Siguiendo el orden jerárquico, se ubica la gerencia general, cargo administrativo que es renovado cada cuatro años. De la gerencia general se desprende la dirección de técnica y emisión, la dirección de programación y producción y por último la dirección administrativa y financiera.

En el organigrama de Canal TRO también se puede encontrar un compendio de cinco áreas que trabajan para cumplir los objetivos establecidos por cada una de las dependencias, estas son: área jurídica, área financiera, área comercial y área técnica.

Figura 1

Organigrama



Nota: La imagen muestra el organigrama del Canal TRO. (Canal TRO, s.f)

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.

La franja juvenil del Canal TRO, es un área que, aunque se ha planeado persistentemente, en la actualidad no se encuentra constituida, pues dentro de la parrilla de contenidos solo se cuenta con un programa llamado ‘Mano al planeta’ que está dedicado a la audiencia joven del canal.

Por otra parte, en cuanto a las condiciones laborales del área, estas pueden considerarse positivas y flexibles, pues al ser uno producción pregrabada, se cuenta con un mayor tiempo para no estar contra el tiempo en la emisión de los capítulos, lo que permite el tiempo suficiente para el desarrollo del programa.

En relación con la ejecución de las actividades, es preciso tener en cuenta la trayectoria televisiva del canal, pues han sido más de 20 años al aire que permiten que la empresa cuente con un robusto equipo humano y tecnológico, que posibilita la correcta producción de los contenidos propios.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Por medio de un riguroso proceso de observación durante una semana en el Canal TRO, se pudieron evidenciar distintas falencias, que fueron identificadas a través de la construcción de un diario de observación, que permitió realizar un óptimo registro de los hallazgos encontrados.

A través del diagnóstico inicial se determinó que, no hay establecida una franja de contenido destinada a los jóvenes, pues, aunque hay un programa dirigido a la audiencia juvenil, llamado ‘Mano al planeta’, este no alcanza el suficiente rating como se puede identificar en la siguiente tabla, pues no alcanza ni un punto de rating que equivale 15 mil televidentes, por lo que se percibe una evidente desconexión entre el contenido que es emitido y la audiencia juvenil, es así como se requiere fortalecer dicha franja y así atraer y conectar con los televidentes jóvenes del canal.

Tabla 1.

Datos rating de Mano Al Planeta

| REGION ORIENTE | | | | | |
|----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|----------------------|--------------------------|
| Título Programa | N° #Emisiones | % Rating | N° Rating | AvRch# [WAvg] | Alcance bruto |
| MANO AL PLANETA | 21 | 0,07 | 1,244 | | 4,747 |
| NIVEL NACIONAL | | | | | |
| Título Programa | N° Emisiones | % Rating | N° Rating | AvRch# [WAvg] | Alcance bruto |
| MANO AL PLANETA | 21 | 0,01 | 1,903 | | 8,684 |

Nota: La tabla muestra los datos promedios del rating de las 21 emisiones de Mano al Planeta.

Tabla 2

Diario de observación

| DIARIO DE OBSERVACIÓN | |
|--|--|
| Nombre del Observador | Ana Milena Yaruro Picón |
| Lugar: | Canal TRO |
| Semanas: | 1 semana |
| Fecha: | Del 26 al 30 de julio del 2021 |
| Cuidad: | Floridablanca, Santander |
| Temática: | Contenidos emitidos por el canal TRO en relación con la programación desarrollada para la audiencia juvenil. |
| Descripción de hallazgos: | |
| <ul style="list-style-type: none"> • No existe en la parrilla de programación del Canal TRO una franja de contenido destinada a los jóvenes. • A pesar que el programa “Mano al planeta” está diseñado para una audiencia joven, este no está recibiendo suficiente rating. • Algunos de los contenidos son altamente educativos, pero no logran enganchar al televidente joven. • Hace falta implementar un lenguaje fresco acorde a la edad, que no solo cumpla con el objetivo de informar, sino que también entretenga a la audiencia. | |
| Interpretación: | |
| De los puntos mencionados anteriormente se logra vislumbrar una desconexión entre contenido juvenil que se está emitiendo y la audiencia. Por lo que al analizar las métricas de este programa se evidencia que el contenido que se está emitiendo no logra enganchar a la audiencia y mucho menos fidelizarla. | |

Nota: La tabla muestra el diario de observación utilizado.

Tabla 3*Matriz DOFA cruzada de la dependencia asignada*

| MATRIZ DOFA CRUZADA | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|--|--|---|
| <p>Producir un contenido fresco e innovador orientado a temas de la cotidianidad y prácticas sociales de los jóvenes, a fin de enganchar a esta audiencia.</p> | <p>1-Reconocimiento y trayectoria a nivel regional y nacional. 2- Fortalecimiento de la audiencia joven que sintoniza</p> | <p>1-Desinterés de los jóvenes por los medios de comunicación tradicionales. 2- Baja audiencia de la franja al ser un proyecto que no conocen.</p> |
| <p>Realizar un diseño de contenidos para un contenedor, que permita abrir espacios donde los jóvenes del Gran Santander se vean identificados.</p> | <p>FORTALEZAS</p> <p>1-Equipo técnico y humano necesario para el desarrollo de contenido. 2- Apoyo y compromiso por parte de la gerencia en la construcción de la franja juvenil.</p> | <p>DEBILIDADES</p> <p>Diseño de la estructura de un</p> <p>Aprovechar los recursos técnicos y humanos, el aval de la gerencia, así como también el impacto que tiene el Canal TRO en la región, para diseñar una franja juvenil que logre captar la audiencia joven del Gran Santander.</p> <p>1-Insuficiencia de contenidos propios para la audiencia joven. 2- Inexistencia de un equipo constituido para el desarrollo del contenido juvenil.</p> |

a la Matriz DOFA cruzada de la dependencia asignada.

Nota: La tabla muestra

1.2.1 Planteamiento del problema.

Teniendo en cuenta que la televisión regional nace con el objetivo de brindar un espacio dedicado a informar, educar y entretener, es importante que dentro de los canales públicos su contenido esté orientado a suplir estos tres principios, así como también, satisfacer las necesidades de las diferencias audiencias.

En este orden de ideas, al hablar de televisión pública es necesario fomentar la participación juvenil y brindarles espacios de expresión y opinión, razón por lo que es clave trabajar en la construcción de una programación que responda a las necesidades de los jóvenes del Gran Santander y los haga sentir incluidos.

Bajo esta necesidad es de vital importancia que el diseño de este espacio esté orientado a informar, educar y entretener, pues en el diagnóstico que se realizó a la parrilla de programación del Canal TRO, se logró identificar que la programa juvenil “Mano al planeta” pese a que cumplía con la función de educar e informar, por el contrario, el programa no despertada el suficiente interés de la audiencia, falencia que fue revelada tras el análisis de las métricas de rating, donde no se encontró una aceptación significativa por parte de la audiencia.

El proceso de observación y el diagnóstico DOFA realizado, permitió puntualizar en que es necesario el diseño de una franja de contenido juvenil para el Canal TRO, que fortalezca la participación y opinión de los jóvenes, a través de la visibilización de las expresiones artísticas y las prácticas sociales que caracterizan a la juventud, manteniendo un lenguaje fresco y actual que logre conectar a la audiencia con facilidad y establezca fidelidad hacia el Canal TRO.

1.3. Objetivos de la pasantía.

1.3.1 *Objetivo General*

Diseñar una franja de contenido juvenil para el Canal TRO, que fortalezca la participación y opinión de los jóvenes, a través de la visibilización de expresiones artísticas y las prácticas sociales que los caracterizan.

1.3.2 *Objetivos Específicos*

- Realizar un diagnóstico de los contenidos juveniles que se han producido desde el Canal TRO.
- Determinar cada uno de los parámetros audiovisuales, narrativos y técnicos, a través de los cuales se desarrollará el proyecto.
- Desarrollar una propuesta de cinco guiones para franja juvenil.

1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 4

Cuadro de actividades

| Objetivo General | Objetivos específicos | Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Objetivos Específicos |
|--|--|---|
| Diseñar una franja de contenido juvenil | Realizar un diagnóstico de los contenidos juveniles que se han producido desde el Canal TRO. | <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda y selección de los programas juveniles producidos por el Canal TRO. • Análisis de los aspectos audiovisuales y narrativos de cada uno de los programas encontrados. |

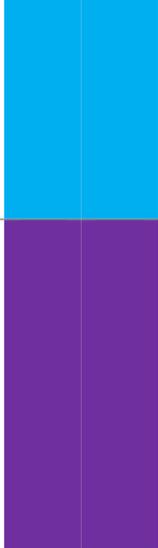
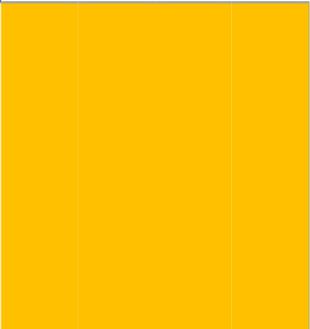
| | | |
|---|--|--|
| <p>para el Canal TRO, que fortalezca la participación y opinión de los jóvenes, a través de la visibilización de expresiones artísticas y las prácticas sociales</p> | <p>Determinar cada uno de los parámetros audiovisuales, narrativos y técnicos, a través de los cuales de desarrollará el proyecto.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Delimitar los recursos técnicos y humanos con los cuales se llevará a cabo la producción. • Diseño del lenguaje audiovisual con el cual se producirá cada capítulo. • Determinar los elementos narrativos al momento de desarrollar las temáticas. |
| <p>que los caracterizan.</p> | <p>Desarrollar una propuesta de cinco guiones para franja juvenil.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar una selección de temas acordes a las preferencias temáticas arrojadas por la encuesta. • Construir los guiones con base en los ejes temáticos establecidos anteriormente. |

Nota: La tabla muestra la Matriz DOFA cruzada de la dependencia asignada.

1.5.Cronograma de actividades

Tabla 5

Cronograma de actividades del proyecto de investigación

| | | | |
|--|---|---|--|
| de los cuales de desarrollará el proyecto. | Delimitar los recursos técnicos con los cuales se llevará a cabo la producción. |  | |
| Desarrollar una propuesta de cinco guiones para franja juvenil. | Realizar una selección de temas acordes a las preferencias temáticas arrojadas por la encuesta. | | |
| | Construir los guiones con base en los ejes temáticos establecidos anteriormente. | |  |

Nota: La cantidad de actividades distribuidas en las semanas establecidas (16 semanas), son establecidas por el pasante.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque conceptual

La televisión es uno de los principales medios de comunicación por excelencia, que ha unido a las familias tras una pantalla desde su masificación en la década de los 50, esta nació respondiendo a la necesidad de darle cara a las voces que se escuchaban en la radio. Marithza Sandoval Escobar, docente de la Maestría en Psicología del Consumidor en la Universidad Konrad Lorenz sostiene que “la televisión se ha convertido gradualmente en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias; los niños y adolescentes del mundo entero han crecido conjuntamente con la evolución del mercado televisivo”. (Sandoval, 2006, p. 206).

En Colombia la televisión llega en 1954, luego de la visita del general Gustavo Rojas Pinilla a Alemania, donde conoció de primera mano este novedoso avance tecnológico que lo dejó maravillado, a tal punto que decide traer esta tecnología al país. En sus comienzos la televisión colombiana era pública, pero poco a poco se comenzaría a implementar un modelo de televisión mixto, pues había surgido la necesidad de una mayor inyección de capital.

Por consiguiente, con la creación de Inravisión (Instituto Nacional de Radio y Televisión) en 1963, la institución fue la encargada de arrendar los espacios al aire, por lo que Suárez (2012) cita a Ronderos (1991) expresando lo que “se estipuló que el Estado fuera el dueño de los canales, de la infraestructura (antenas, redes, transmisores, cámaras, estudios etc.) y a través de Inravisión se adjudicaran los espacios a las programadoras o compañías privadas en licitaciones públicas periódicas” (p. 17).

Para la década de los 80, ocurre un hecho que transforma la pantalla chica, pues en esta época nace la televisión regional, a fin de visibilizar a las distintas regiones del país y descentralizar los contenidos que acaparaban los televisores del país, brindando una programación variada y enfocada en la región y sus necesidades. Es así que para 1985 se constituye 'Teleantioquia' en el departamento antioqueño, y al año siguiente 'Telecaribe' en el caribe colombiano. Con el paso de los años, otras zonas del país vieron la necesidad de sumarse al proceso de visibilización de sus territorios y originaron más canales televisivos para y por la región, tales como: 'Telepacífico' en 1988, 'Telecafé' en 1992, 'Canal Capital' en 1995, 'Canal Trece' en 1995, 'Canal TRO' en 1995, y 'Teleislas' en 1997.

Los canales regionales tienen como eje principal la cultura, acercando a la comunidad una programación orientada al fortalecimiento de la misma y al desarrollo social. En palabras de Ángela Mora, exdirectora de la ANTV (Autoridad Nacional de Televisión) "Desde la televisión regional queremos construir identidad y generar sentido de pertenencia a través de producciones propias y autóctonas, realizadas con personas y locaciones de la región". (El Tiempo, 2018).

Dentro de la responsabilidad que recae sobre los canales regionales, un factor trascendental es la participación de los jóvenes, pues son ellos quienes han librado grandes transformaciones socioculturales. De acuerdo con Martín Barbero (1998) citada por Chaparro y Guzmán (2017), manifiesta que "pensar los procesos culturales se ha vuelto una tarea de envergadura, ya que lo que está en juego son hondas transformaciones en la cultura cotidiana y especialmente en la de los jóvenes, que se están apropiando de la modernidad sin dejar su cultura oral". (p. 127).

Siendo los jóvenes protagonistas de los procesos culturales tal como lo dice Barbero, es imperativo que dentro de la pantalla chica también existan producciones que dinamicen los contenidos, generen participación juvenil y promuevan la cultura. En la televisión regional colombiana algunos de los magazines más populares han sido: ‘Banderas en marte’ de Señal Colombia, ‘Desafío Juvenil’ de Canal trece, ‘Tiempo Real’ del canal universitario y Telepacífico.

Entendiendo que un magazine “es un programa contenedor, un cajón de sastre, que muestra, como ningún otro, el fenómeno de la hibridación de géneros (informativos, de opinión, musicales, de entretenimiento, etc.) Es un amplio mosaico (el magazine dura varias horas) caracterizado por una diversidad de contenidos, de tratamientos y de enfoques”. (García, 2000, p.221).

2.2 Enfoque legal

A nivel mundial existen diferentes acuerdos adquiridos entre países con el objetivo de construir una reglamentación uniforme que promueva la cooperación entre es los mismos, este es el caso de la ley 252 del 29 de diciembre de 1995, “Por medio de la cual se aprueban la "Constitución de la Unión Internacional de Telecomunicaciones", el "Convenio de la Unión Internacional de Telecomunicaciones", el Protocolo Facultativo sobre la solución obligatoria de controversias relacionadas con la constitución de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el "Convenio de la Unión Internacional de Telecomunicaciones" y los Reglamentos Administrativos, adoptados en Ginebra el 22 de diciembre de 1992”. (Congreso de la República, 1995a).

Desde la llegada de la televisión al país, se han construido normas que cobijan el servicio televisivo, la máxima de ellas se encuentra en la ley 182 de 1995, dentro de este documento “se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión , se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones.” (Congreso de la República, 1995b).

Otro de los avances más importantes en materia de legislación es la ley 42 de 1985, por medio de la cual se autorizó la constitución de los canales públicos regionales, permitiendo que a partir de año siguiente de su establecimiento se creara el primer canal regional en Colombia, dándole paso a una televisión pública más incluyente con las diferentes poblaciones del país. (Congreso de la República, 1985).

Por otra parte, en relación con la regulación que salvaguarda los derechos de autor, la Ley 23 del 28 de enero de 1982, se hace cargo de proteger la forma literaria, plástica o sonora, como las ideas del autor son ejecutadas. Más adelante, el 27 de noviembre de 1992 mediante la Ley 23, se profundizaría en los derechos al uso de los fonogramas, gracias a la adopción del “Convenio para la Protección de los Productos de Fonogramas contra la reproducción no autorizada de sus Fonogramas”, hecho en Ginebra el 29 de octubre de 1971, el cual enfatiza en la obligación de los Estados de proteger a los productores de fonogramas contra el uso no autorizada de sus piezas. (Congreso de la República, 1982).

La reivindicación de los derechos de autores no quedó ahí, pues a través de la Ley 1403 del 19 de octubre de 2010, los artistas, intérpretes o ejecutantes de obras y grabaciones

audiovisuales debían recibir una remuneración económica a cambio de la utilización de su obra. (Congreso de la República, 2010).

Adicionalmente, otra ley fundamental en la producción televisiva, es la Ley 1098 del 8 de noviembre de 2006. “Por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia”, la cual fija los parámetros para el control de la imagen de los menores de edad, con el fin de garantizar su bienestar, este documento también aduce a la responsabilidad de los medios de comunicación con los niños y adolescentes. Estos parámetros están descritos en los siguientes artículos: Artículo 47. Responsabilidades especiales de los medios de comunicación, Artículo 48. Espacios para mensajes de garantía y restablecimiento de derechos, Artículo 49. Obligación de la comisión nacional de televisión y el Artículo 153. Reserva de las diligencias. (Congreso de la República, 2006).

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

Objetivo General

Diseñar una franja de contenido juvenil para el Canal TRO, que fortalezca la participación y opinión de los jóvenes, a través de la visibilización de expresiones artísticas y las prácticas sociales que los caracterizan.

3.1.1. Resultado del primer objetivo específico

Realizar un diagnóstico de los contenidos juveniles que se han producido desde el Canal TRO.

Para el desarrollo de este objetivo, se recurrió en primera medida a revisar el registro de programas que han sido producidos en los últimos años por el canal TRO, a fin identificar sus características narrativas y audiovisuales. Esta búsqueda dejó como resultado un total de cinco programas, cada uno de ellos contiene diferentes temáticas, pero un público similar: los jóvenes del Gran Santander.

Tabla 6

Presentación de resultados.

| Programas | Público objetivo | Argumento de la producción | Elementos del discurso empleado | Narrativa audiovisual |
|-------------------|--|--|---|--|
| DJTV | Adolescentes y jóvenes del Gran Santander. | DJTV es un magazín musical diseñado para el entretenimiento del público juvenil del Gran Santander. Este programa es dirigido por un grupo de presentadores jóvenes, quienes de forma jocosa tratan temas de la cotidianidad, como rupturas amorosas, planes para compartir con amigos y tendencias musicales. Dentro de la estructura de esta producción se encuentran entrevistas, música, sondeos y notas. | El discurso empleado en este magazín es de tipo informal y fresco, pues al ser un programa dedicado a los jóvenes, el uso de jergas es frecuente. A lo largo del programa se alcanza a percibir un tono de voz enérgico a fin de atraer y tener conectada todo el tiempo a la audiencia. | Se logra percibir el uso de diferentes planos, pues al ser un programa con varios presentadores y gran movimiento en set, es importante el uso de varias cámaras que puedan registrar con detalle cada momento del programa. |
| Al Tablero | Niños y adolescentes en edad escolar del Gran Santander. | Al Tablero es un magazín que llega hasta los colegios del área metropolitana de la ciudad de Bucaramanga, para compartir junto a los estudiantes experiencia. | Dentro del discurso empleado por los presentadores, quienes son dos jóvenes (hombre y mujer), que se encuentran entre los 20 y 25 años de edad, se destaca un lenguaje informal, con un tono de voz alto y animado, pues | En cuanto a la narrativa audiovisual, se puede percibir el uso de diferentes planos, pues al ser un programa que cuenta con público en vivo y juegos, se requieren diferentes cámaras, así como también el uso constate |

| | | | | |
|------------------|---------------------------------|---|---|--|
| | | El programa tiene un marcado componente social y educativo, pues se comparten experiencias de la vida escolar, se realizan juegos y se exponen los proyectos escolares desarrollados por los estudiantes. | este programa se caracteriza por su energía e informalidad. | de planos generales en grúa, planos medios, y planos detalle para registrar en cámara cuando se realizan competencias. |
| Travesías | Adolescentes y adultos jóvenes. | <p>Travesías es un programa con una duración de aproximadamente 25 minutos por capítulo, donde dos presentadores junto al equipo de producción visitan diferentes municipios de Santander, para dar a conocer de forma cercana los atractivos turísticos del departamento.</p> <p>Travesías no solo es un diario de viaje, sino que también brinda información de carácter histórico, social y ambiental de los lugares recorridos.</p> | <p>Travesías implementa un lenguaje informal y cercano con la audiencia, pues el formato se caracteriza por incluir historias de viaje y percepciones propias que hacen que el discurso sea natural e íntimo, lo que transmite a la persona que ve el programa desde casa la sensación de estar viviendo el viaje.</p> <p>Otra cualidad de este formato es que también incluye algunos tecnicismos y datos de la zona, pues además de invitar a una aventura, busca educar sobre el</p> | <p>A través del análisis de la narrativa audiovisual podemos encontrar un importante uso de cámara Go Pro, usadas por los mismos presentadores, lo que permite que la audiencia pueda tener una visión más cercana de lo que está ocurriendo.</p> <p>Así mismo se identifican una gran variedad de planos, desde aquellos detallando objetos, hasta grandes planos generales desde el aire, pues otro de los objetivos de esta producción es que la audiencia pueda percibir</p> |

| | | | | |
|-----------------------------|-------------------------------|---|---|---|
| Casa Talento el Reto | Jóvenes entre los 14-24 años. | <p>Casa Talento el Reto, es un reality en el que 20 jóvenes de Santander dan a conocer sus destrezas en categorías como, arte, música, teatro y deporte, mientras participan en diferentes pruebas que son evaluadas por un jurado especializado.</p> | <p>lugar que se está visitando.</p> <p>Al ser un programa juvenil, este se caracteriza por un lenguaje informal y muy cercano, así mismo, se identifica un tono alegre a lo largo del programa, pues los presentadores que hacen parte de esta producción tienen este mismo perfil.</p> | <p>la mayor cantidad de detalles del lugar.</p> <p>Casa Talento, es una producción que se dio durante el aislamiento obligatorio, lo que hizo que parte de la producción se realizara de forma remota, donde los participantes se grabaron con sus celulares.</p> <p>Aunque en gran parte de la producción se implementó el uso de dispositivos celulares, cuando se visitaban los hogares de los participantes se usaba un equipo profesional, con una destacada implementación de planos generales, medios y planos detalles.</p> |
| | | <p>Esta es una producción que sale de un set cerrado, para llegar hasta los hogares de cada uno de los participantes con el objetivo de mostrar su talento y contar su historia.</p> | | |
| | | <p>Aunque el programa se desarrolla de forma física, también incluye un gran componente virtual, pues debido a las restricciones durante la pandemia, fue necesario que la conexión de diera desde la virtualidad, donde solo uno de los</p> | | |

| | | | | |
|-----------------|--|---|---|--|
| | | dos presentadores llegaba a los hogares, mientras el otro asistía de forma remota. | | |
| Opuestos | Adolescentes y jóvenes del Gran Santander. | Opuestos es una producción que capítulo a capítulo cuenta las historias de dos jóvenes aparentemente opuestos, pues uno cuenta con un perfil inclinado a la ciencia y otro a la cultura, pero que a pesar de eso tienen un objetivo en común, impactar su comunidad desde su área del conocimiento. | A nivel del discurso empleado, Opuestos se caracteriza por un lenguaje informal, donde tiene una mayor fuerza el protagonista de la historia, pues a través de la entrevista son ellos con sus propias palabras, quienes cuentan su proceso formativo. Más que contar una historia, a través de estas historias paralelas, Opuestos busca inspirar a la audiencia. | Al ser Opuestos una producción que se alimenta de entrevistas, es evidente el uso de planos medios que enfocan al entrevistado en su ambiente natural, también se identifican planos generales donde los protagonistas son captados desde su cotidianidad. |

Nota: La tabla presenta los resultados obtenidos

Figura 2

Diseño de franja



Nota: La imagen muestra el diseño de franja establecido.

3.1.2. Resultado del segundo objetivo específico

Determinar cada uno de los parámetros audiovisuales, narrativos y técnicos, a través de los cuales se desarrollará el proyecto.

A fin de lograr desarrollo de este objetivo, se estructuraron los elementos fundamentales para la propuesta de diseño de la franja juvenil del Canal TRO, esto se hizo a partir de la revisión de proyectos orientados bajo los mismos objetivos.

Nombre de la producción: 'Más grandes, Menos chicos'.

Género: Magacín

Cantidad de capítulos: 'Más grandes, Menos chicos' iniciará con una propuesta de 30 capítulos, con los que se busca en primera medida conocer la aceptación que alcanzada por parte de la audiencia.

Duración del capítulo: Este proyecto nace como un contenedor, donde poco a poco se irán incluyendo diferentes propuestas televisivas dedicadas a los jóvenes, ya de producción propia o por medio de alianzas con otros canales de comunicación nacionales o internacionales.

Sin embargo, a pesar que es un contenedor, cuenta con un contenido propio orientado a un formato tipo magazine, que tendrá una duración de 30 minutos.

Frecuencia: 3 veces a la semana (lunes, miércoles, viernes)

Público objetivo: ‘Más grandes, Menos chicos’ va dirigido a un público objetivo que se encuentra entre los 15 y 24 años de edad, pues este rango de edad es considerado como los jóvenes por La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) y esta es precisamente la audiencia a la que se pretende abarcar.

Sinopsis

‘Más grandes, Menos chicos’, es un contenedor al estilo magacín, que pretende ser la nueva franja juvenil del Canal TRO. Dentro de esta franja, diseñada para jóvenes entre 15 y 24 años de edad del Gran Santander, se busca crear un espacio donde la audiencia joven tenga la oportunidad de encontrarse con diferentes temáticas como el arte, la cultura juvenil y el cuidado del medio ambiente.

Más allá de ser una franja de televisión, uno de los objetivos esenciales es ser una ventana a la expresión juvenil y la visibilización, donde se brinde la oportunidad de mostrar los talentos o labores sociales de jóvenes de la región, en diferentes disciplinas como el arte, el deporte, el canto, el baile, entre otros.

El proyecto no solo le apunta a ser un programa divertido, fresco y juvenil, sino que también tiene un importante eje educativo, donde de manera segura y profesional, de la mano de expertos en áreas específicas se tratarán temas que atañen a los jóvenes en la etapa de la adolescencia e inicios de la juventud, como lo son: las drogas, salud mental, redes sociales, bullying, depresión, entre otros.

Justificación

En la actualidad la sobresaturación de contenido es alarmante, desde que una persona se despierta comienza recibir información de las redes sociales, de los medios de comunicación, e incluso de la radio cuando va camino al trabajo. En un mundo tan interconectado como en el que vivimos hoy, gran parte de este contenido puede resultar inoficioso e incluso nocivo, pues los métodos para regular este contenido resultan arcaicos ante una avalancha que crece día tras día.

Teniendo en cuenta esta realidad, es de vital importancia que desde los canales regionales existan contenidos diseñados para las diferentes audiencias, donde se ofrezca un producto beneficioso, en especial para los adolescentes, pues son ellos quienes se encuentran en uno de los procesos de transformación más importantes para el ser humano: el paso de la niñez a la adultez. Es ahí donde los medios de comunicación deben funcionar como agentes de cambio, influenciando en los jóvenes de manera positiva.

Más allá de un rol meramente informativo, hay un rol educativo que tiene la capacidad de aportar contenido de valor a través de una pantalla de televisión. Es por esto que desde las regiones y sus canales de comunicación es necesario que se tomen medidas para trabajar en pro de una televisión más inclusiva para los jóvenes, con una programación diseñada y pensada para ellos.

Estructura del programa

La estructura de ‘Más grandes, Menos chicos’ estará compuesta por tres secciones especiales, la primera de ellas es “Parchados”, un espacio dedicado a entrevistas. La segunda sección es “Venga le digo”, el cual tiene como objetivo dar a conocer las opiniones de los

jóvenes frente al mundo que los rodea. El tercer elemento es ¡Qué nota!, una sección con la que se darán a conocer las historias de vida de distintos jóvenes que destacan en el ámbito cultural y artístico, así mismo, en esta sesión también se busca entrevistar a expertos en distintas áreas de interés para el programa.

A pesar que ‘Más grandes, menos chicos’ es una franja de televisión, este tiene su producción y procesos investigativos propios, que le aportan al programa una identidad, donde el ingrediente principal será el magacín, mas no los programas que se vayan anexando productos de alianzas con canales de televisión externos.

- **Parchados**

Parchados es una sección donde se tendrán invitados relacionados con el tema específico de cada capítulo, esta sección estará liderada por la presentadora quien de manera informal realizará las entrevistas para conocer las historias de jóvenes del Gran Santander o estar en compañía de algún experto que apoye con el tema del día.

Figura 3.

Parcha 2.



Nota: La imagen muestra el diseño de parcha 2.

- **Venga y le digo**

“Venga y le digo” es una voz pop divertida en donde un presentador sale a la calle, y visita instituciones educativas, parques y diferentes escenarios con gran afluencia de jóvenes, para conocer sus las opiniones y probar sus conocimientos sobre cultural general.

Figura 4.

¡Venga le digo!



Nota: La imagen muestra el diseño de ¡Venga le digo!

- **¡Que nota!**

“¡Qué nota!” es la sección orientada a conocer de primera mano las historias de jóvenes del Gran Santander, ya sea porque han destacado o también porque han vivido situaciones que brindan una enseñanza para otros jóvenes como ellos. El objetivo principal es dar a conocer historias de jóvenes y para jóvenes.

Figura 5.*¡Qué Nota!*

Nota: La imagen muestra el diseño ¡Qué Nota!

Perfil de presentador:

El presentador o presentadora de ‘Más grandes, Menos chicos’, deberá contar con una serie de características especiales, como lo son: el carisma, la frescura, y la alegría, pues el objetivo de la franja es transmitir a la audiencia la energía que caracteriza a la población joven.

Para la búsqueda de este personaje, se realizó un casting masivo, el cual se divulgó a través de las redes sociales, con el objetivo de alcanzar mayor cantidad de jóvenes, visibilizar el proyecto y sobretodo encontrar nuevos talentos.

Este casting permitió escoger un total de 10 jóvenes del Gran Santander, los cuales fueron sometidos a un casting en vivo donde fue evaluada su capacidad de improvisación, fluidez y habilidad comunicativa ante las cámaras.

De este proceso de selección se escogió una presentadora, quien estaría vinculada con el canal para presentar este magazine.

Figura 6.

Presentación del magazine.



Nota: La imagen muestra la presentación del magazine. (Canal TRO, s.f).

Figura 7.

Evidencia fotográfica.



Nota: La imagen presenta la evidencia fotográfica.

Figura 8.

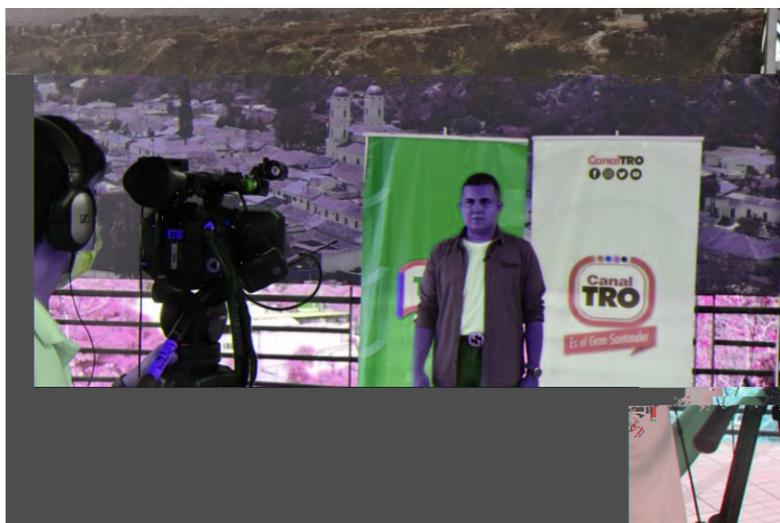
Evidencia fotográfica.



Nota: La imagen presenta la evidencia fotográfica.

Figura 9.

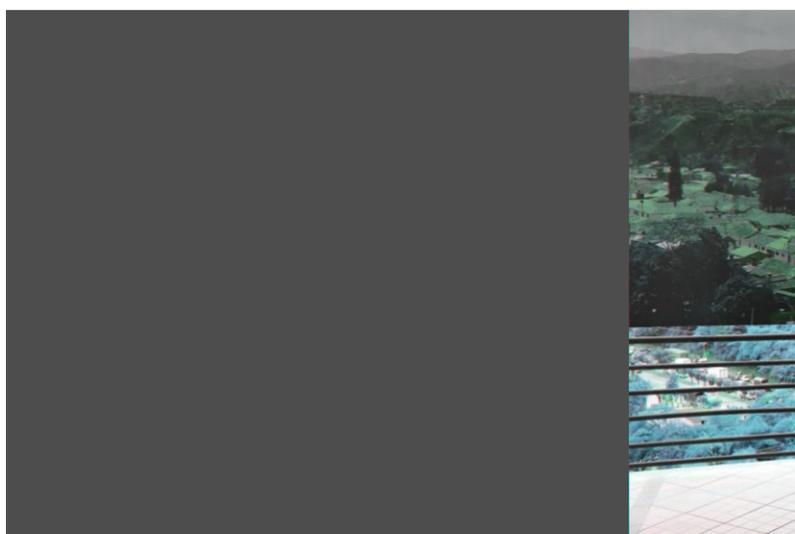
Evidencia fotográfica



Nota: La imagen presenta la evidencia fotográfica.

Figura 10.

Evidencia fotográfica



Nota: La imagen presenta la evidencia fotográfica.

Figura 11.

Evidencia fotográfica



Nota: La imagen presenta la evidencia fotográfica.

Recurso humano: presentador

- Un Presentador
- Un productor
- Un editor
- Un director
- Un periodista
- Dos camarógrafos

Recurso técnico:

- Dos cámaras
- Trípodes

- Computador
- Programa de edición
- Micrófono de solapa
- Equipo de luces
- Baterías
- Cargadores

Presupuesto:

Tabla 7

Presentación del presupuesto.

| Elemento | Tipo de recurso | Unidades | Costo |
|---------------------|-------------------------|----------|-----------|
| Personal | Sueldo presentador | 1 | 2.000.000 |
| Personal | Sueldo productor | 1 | 2.500.000 |
| Personal | Sueldo editor | 1 | 2.500.000 |
| Personal | Sueldo director | 1 | 3.000.000 |
| Personal | Sueldo periodista | 1 | 2.500.000 |
| Personal | Sueldo Camarógrafo | 2 | 4.000.000 |
| Personal | Sueldo director de arte | 1 | 2.500.000 |
| Ambientación | Construcción de set | 1 | 3.000.000 |

Nota: La tabla muestra el presupuesto estipulado.

3.1.3 Resultado del tercer objetivo específico

Desarrollar una propuesta de cinco guiones para franja juvenil.

Para la ejecución de este, primeramente, se inició un proceso de investigación para encontrar temas atrayentes, después se inició con la construcción de los guiones que servirán como continuidad y estructura para el desarrollo organizado del proyecto.

Figura 12.

Presentación de guiones.



Nota: La imagen muestra la presentación de los guiones.

Tabla 8.

Primer guion

| DURACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|----------|---|
| 01' | La presentadora entra al set con energía. Presentadora: Hola amigos bienvenidos a este el programa más parchado y divertido, en donde ustedes, los jóvenes de Colombia y del Gran Santander, tendrán la oportunidad de expresarse, conoceremos sus talentos, sus sueños, pero también sus miedos, porque este es un lugar seguro para expresarnos. |
| 15'' | ¿Preparados? Aquí empieza Más Grandes, Menos Chicos. Cabezote del programa |
| 02' | Regreso a set. Presentadora: El día de hoy les tengo preparado un tema muy interesante. En este episodio vamos a hablar sobre la expresión juvenil, cómo nosotros los jóvenes nos expresamos con el entorno, con el arte, la cultura y el deporte, para esto les tengo un invitado súper especial, un invitado de la casa, un parcerero, un amigo, quien nos ayudó a crear desde cero este maravilloso espacio. Pero antes de |

recibirlo les quiero enseñar como fue el proceso de construcción de este set, que desde ya les digo está diseñado con mucho amor para ustedes, para nosotros, para los Más Grandes y Menos Chicos.

01' Video detrás de cámaras haciendo el set y el grafiti.

10" Cortinilla Parchados

04' La presentadora está en el set sentada junto al grafitero.

Presentadora: Bienvenido, tú ya eres un integrante más de la casa.

Invitado responde.

Presentadora: Bueno Cris iniciemos hablando un poco de esta obra de arte.

¿Qué técnicas usaste para su elaboración?

¿En qué te inspiraste para este diseño?

¿Cómo fue ese proceso creativo?

¿Qué dificultades tuviste en el diseño?

Pero ahora si hablemos de ti, de tus inicios en este arte, en el muralismo y el grafiti ¿Por qué te llamó la atención este arte?

¡Que interesante!, pero te cuento que salimos a las calles y hablamos con los jóvenes de Santander y les hicimos unas preguntas muy interesantes para ver qué tan preparados estaban en cultura general.

10" Cortinilla Venga y le digo.

03' **Presentadora:** Bueno nos encontramos en ... y hoy vamos a iniciar con unas preguntas fáciles, vamos a ver qué tan preparados están los jóvenes.

¿Quién descubrió América?

A. Simón Bolívar

B. Cristóbal Colón

C. El general Santander

Comerciales 1

10" Cortinilla Parchados

04' Continúa la entrevista con el invitado.

Presentadora: Bueno ¿Cómo los viste? tú si sabes cual quien descubrió américa?

Invitado responde

Presentadora: Bueno, pero síguenos contando ¿Qué estudiaste?

¿Cómo lo tomó tu familia y amigos?

¿Cómo llegaste a tener un estilo propio en este arte?

¿Cómo te ves a futuro en esta disciplina?

¿Crees que es posible vivir de este arte?

| | |
|---------|---|
| | Para hablar de expresiones juveniles que es el tema del episodio, te cuento que entrevistamos a un personaje muy especial que nos habla un poco sobre la necesidad que tenemos los jóvenes de expresarnos y así como tú lo hiciste con el muralismo y el grafiti hay miles de formas más, así que te invito a ver nuestra crónica en ¡Que nota! |
| | Cortinilla de ¡Que nota! |
| 03' 30" | Crónica joven referente del arte en el departamento. Comerciales 2 |
| 10" | Cortinilla Venga y le digo |
| 03' | Presentadora: Continuamos desde...y seguiremos probando que tan pilosos son los estudiantes de esta institución. |
| | ¿Quién escribió el himno de Colombia? A. Maluma B. Rafael Núñez C. Rafael Pombo |
| 10" | Cortinilla Parchados |
| 04' | Presentadora: Bueno ya estamos llegando el final de nuestra entrevista, pero yo quiero saber ¿qué se necesita para ser un artista del grafiti o del muralismo? ¿Qué recomendación le puedes dar a nuestros amigos que nos ven desde sus casas? |
| | Gracias por acompañarnos, hablarnos de tu experiencia en el arte y por supuesto por hacernos este hermoso mural, gracias también a todos los que nos ven hoy desde casa, sigan conectados en el siguiente capítulo, recuerden que esto es Más Grandes, Menos Chicos. |

Nota: La tabla presenta el primer guion.

Tabla 9.

Segundo guion

| DURACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|----------|--|
| 01' | La presentadora entra al set con energía. |
| | Presentadora: Hola amigos bienvenidos a un capítulo más de este su programa, Más grandes, Menos Chicos, un espacio para expresarnos libremente. ¿Preparados? Aquí empieza la aventura. |
| 15" | Cabezote del programa |

| | |
|---------------|--|
| 02' | <p>Regreso a set.</p> <p>Presentadora: En este episodio vamos a hablar de un tema apasionante, que nos hace gritar de emoción y en ocasiones de tristeza, les estoy hablando del fútbol. Pero hoy conoceremos de una especialidad que, aunque es menos conocida, no deja de ser divertida.</p> <p>El fútbol freestylero, es una nueva tendencia, que lo único que no tiene, son límites para la imaginación, para esto les tengo un invitado súper especial, que ha dedicado su vida a la enseñanza de esta disciplina a jóvenes en la ciudad.</p> |
| 10" | Cortinilla Parchados |
| 04' | <p>La presentadora está en el set sentada junto al deportista.</p> <p>Presentadora: Bienvenido, gracias por aceptar la invitación, es un placer tenerte en Más Grandes, Menos Chicos.</p> <p><i>Invitado responde.</i></p> <p>Presentadora: Bueno, yo creo que muchos queremos conocer más sobre este deporte Expliquémosle a los chicos y chicas ¿qué es el fútbol freestyle? ¿Dónde nació fútbol freestyle? ¿Esta disciplina es independiente al fútbol? ¿Qué tanto se practica esta disciplina en el Colombia y en Santander?</p> <p>¡Que interesante!, te cuento que salimos a las calles y hablamos con los jóvenes de Santander y les hicimos unas preguntas para ver qué tan preparados estaban en cultura general.</p> |
| 10" | Cortinilla Venga y le digo. |
| 03' | <p>Presentadora: Bueno nos encontramos en y hoy vamos a iniciar con unas preguntas fáciles, vamos a ver qué tan preparados están aquí.</p> <p>¿Cuántos departamentos tiene Colombia?</p> <p>A. 25 B. 30 C. 32 D. 35</p> |
| Comerciales 1 | |
| 10" | Cortinilla Parchados |
| 04' | <p>Continúa la entrevista con el invitado.</p> <p>Presentadora: Bueno ¿Cómo lo viste? tú si sabes cuántos departamentos tiene nuestro país, jajaja yo creo que sí</p> <p><i>Invitado responde</i></p> |

Nos gustaría conocer más sobre tu historia, ¿cómo llegaste a esta disciplina?

¿Qué fue lo que te llamo la atención del fútbol freestyler?

¿Cuál es el reto más grande que has enfrentado en tu proceso deportivo?

¿Es difícil practicar esta disciplina en Colombia?

Invitado responde.

Presentadora: Bueno, pero síguenos contando

Ha llegado el momento de conocer una historia muy interesante e inspiradora, de un joven que promesa de este deporte que ha logrado destacar a nivel regional y nacional por su habilidad con el balón, así que te invito a ver nuestra crónica en ¡Que nota!

Cortinilla de ¡Que nota!

03'30" Crónica de un joven que ha sobresalido en el fútbol freestyler.
Comerciales 2

10" Cortinilla Venga y le digo

03' **Presentadora:** Continuamos desde y seguiremos probando los conocimientos de los jóvenes de Santander.

¿Cuál es el país con más habitantes en el mundo?

A. India

B. China

C. EE.UU

10" Cortinilla Parchados

04' **Presentadora:** Bueno, hoy hemos conocido un poquito de lo que es el fútbol freestyler, un mundo que, para mí, la verdad era desconocido, por eso me gustaría que les contaras a los jóvenes que como yo quedamos enamorados del freestyle ¿qué se necesita para un profesional en esta disciplina?

¿Qué técnicas se deben tener en cuenta al momento jugar con el balón?

¿Qué recomendación le puedes dar a nuestros amigos que quieren iniciar?

Gracias por acompañarnos, hablarnos de tu experiencia, y muchas gracias también a todos los que nos ven desde casa, sigan conectados con nosotros en el siguiente capítulo, recuerden que esto es Más Grandes, Menos Chicos.

Nota: La tabla presenta el segundo guion.

Tabla 10.

Tercer guion

| DURACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|----------|--|
| 01' | La presentadora entra al set con energía. Presentadora: Hola amigos bienvenidos a un capítulo más de este su programa, Más grandes, Menos Chicos, un espacio para expresarnos libremente. ¿Preparados? Aquí empieza Más Grandes, Menos Chicos. |
| 15" | Cabezote del programa |
| 02' | Regreso a set. Presentadora: El día de hoy aprenderemos de una sensación que creo todos en algún momento hemos escuchado o incluso la hemos vivido... el estrés. Conoceremos un poco más de este sentimiento que aunque puede parecer un asunto menor importancia, puede desencadenar en consecuencias para nuestra salud. |
| 10" | Cortinilla Parchados |
| 04' | La presentadora está en el set sentada junto al psicólogo invitado. Presentadora: Bienvenido, gracias por aceptar la invitación, es un placer tenerte en Más Grandes, Menos Chicos. <i>Invitado responde.</i> Presentadora: Bueno, háganos un poco de qué es el estrés. ¿Cuáles son los detonantes que producen estrés? ¿Cuáles son esas consecuencias a nivel emocional y de salud que causa el estrés? ¿Por qué se dice que el estrés es la enfermedad del siglo 21, realmente el estrés es una enfermedad? Creo que es fundamental que conozcamos más sobre este tipo de padecimientos, te cuento que salimos a las calles y hablamos con los jóvenes de Santander y les hicimos unas preguntas bien interesantes para ver qué tan preparados estaban sobre cultura general. |
| 10" | Cortinilla Venga y le digo. |
| 03' | Presentadora: Bueno nos encontramos en y hoy vamos a iniciar con unas preguntas fáciles, vamos a ver qué tan preparados están los jóvenes. ¿Cuántos lados tiene un heptágono? |

| | |
|---------------|--|
| | <p>A. Siete lados B. Nueve lados C. Ocho lados D. Cuatro lados</p> |
| | Comerciales 1 |
| 10” | Cortinilla Parchados |
| 04’ | <p>Continúa la entrevista con el invitado. Presentadora: Bueno ¿Cómo lo viste? será que a algunos esta pregunta los puso a sudar</p> <p><i>Invitado responde</i></p> <p>Presentadora: Bueno, yo creo que en muchas ocasiones se suele confundir el estrés, la ansiedad y miedo, ¿cómo podemos diferenciarlas? ¿Cuáles son los síntomas más comunes del estrés? ¿Es normal sentirnos estresados todo el tiempo?</p> <p>Hablando de este tema del estrés, conoceremos la historia de un estudiante de medicina, quien el exceso de trabajos, y la presión por seguir manteniendo su promedio, lo llevo a sufrir una grave crisis de estrés.</p> |
| | Cortinilla de ¡Que nota! |
| 03’30” | Crónica de un joven que sufrió una crisis de estrés. |
| | Comerciales 2 |
| 10” | Cortinilla Venga y le digo |
| 03’ | <p>Presentadora: Continuamos desde...y seguiremos probando los conocimientos de los jóvenes de Santander.</p> <p>¿Cuál es el planeta más grande del sistema solar?</p> <p>A. Saturno B. Marte C. Júpiter D. Urano</p> |
| 10” | Cortinilla Parchados |
| 04’ | <p>Presentadora: Creo que lo que hemos aprendido hoy de verdad ha sido demasiado valioso, debemos aprender a detectar cuando nuestro cuerpo no está funcionando de forma correcta y buscar una solución para sanarlo</p> <p>¿Existe algún tratamiento para tratar el estrés? ¿Qué recomendación le puedes dar a los jóvenes que nos ves si están pasando por una situación de tensión?</p> <p>Gracias por acompañarnos, brindarnos un poco de tu conocimiento en el área, gracias también a todos los que nos ven desde casa, sigan</p> |

conectados con nosotros en el siguiente capítulo, recuerden que esto es Más Grandes, Menos Chicos un espacio para expresarnos libremente.

Nota: La tabla presenta el tercer guion.

Tabla 11.

Cuarto guion.

| DURACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|----------|---|
| 01' | La presentadora entra al set con energía. Presentadora: Hola amigos bienvenidos a un capítulo más de este su programa, Más grandes, Menos Chicos, un espacio diseñado para ti. ¿Preparados? Aquí empieza Más Grandes, Menos Chicos. |
| 15" | Cabezote del programa |
| 02' | Regreso a set. Presentadora: Dicen que una de las mejores actividades terapéuticas para regular las emociones es bailar, y precisamente ese es el tema de este capitula, el baile. Existen cientos de géneros de baile. Salsa, reggaetón, merengue, vallenato, tango son algunos de los muchos que hay en el mundo, ¿cuál es su favorito?, el mío es el ballet. <i>El día de hoy nos trae una invitación que nos honra de saber, es a la profesional en la 'salsa'.</i> |
| 10" | Cortinilla Parchados |
| 04' | La presentadora está en el set sentada junto bailarina profesional de salsa Presentadora: Bienvenida, gracias por aceptar la invitación, es un placer tenerte en Más Grandes, Menos Chicos. <i>Invitado responde.</i> Presentadora: Bueno, hablemos de donde nació el amor al baile ¿En qué momento decidiste que querías ser bailarina? ¿Qué ha sido los más difícil en tu carrera? Que interesante, pero te cuento que salimos a las calles y hablamos con los jóvenes de Santander y les hicimos unas preguntas bien interesantes para ver qué tan preparados estaban sobre cultura general. |
| 10" | Cortinilla Venga y le digo. |
| 03' | Presentadora: Bueno nos encontramos en y hoy vamos a iniciar con unas preguntas fáciles, vamos a ver qué tan preparados están los jóvenes. ¿Cuál es el animal más grande del mundo? |

| | |
|---------------|---|
| | A. Jirafa B. Elefante C. Ballena azul D. anaconda |
| | Comerciales 1 |
| 10” | Cortinilla Parchados |
| 04’ | Continúa la entrevista con el invitado. Presentadora: Bueno ¿Cómo los viste? ¿sabías que una ballena llegaba a ser tan grande? |
| | Presentadora: ¿Cómo es bailar tantas horas seguidas? ¿Cómo mejorar la técnica para bailar salsa? ¿Cuál ha sido el momento más importante en tu carrera? |
| | Cambiando de género, conoceremos la historio de un grupo de chicos que su a por a la cultura coreana los llevó conformas un grupo de baile kpop, |
| | Cortinilla de ¡Que nota! |
| 03’30” | Crónica de un grupo de chicos que bailan kpop |
| | Comerciales 2 |
| 10” | Cortinilla Venga y le digo |
| 03’ | Presentadora: Continuamos desde y seguiremos probando los conocimientos de los jóvenes de Santander. ¿Cuántos huesos tiene el cuerpo humano? A. 200 B. 356 C. 206 D. 205 |
| 10” | Cortinilla Parchados |
| 04’ | Presentadora: ¿Qué es lo más importante al momento de bailar salsa? ¿Cuáles son los pasos básicos? ¿Qué le aconsejas a las personas que tal vez quieren aprender a bailar este género? Por último, creo que no me los van a perdonar si te vas sin bailar en nuestro set, así que luces, cámara y a bailar |
| | Gracias por acompañarnos, y brindarnos un poco de tu conocimiento en el área, gracias también a todos los que nos ven desde casa, sigan conectados con nosotros en el siguiente capítulo, recuerden que esto es Más Grandes, Menos Chicos. |

Nota: La tabla presenta el cuarto guion.

Tabla 12.

Quinto guion

| DURACIÓN | DESCRIPCIÓN |
|----------|--|
| 01' | La presentadora entra al set con energía. Presentadora: Hola amigos bienvenidos a un capítulo más de este su programa, Más grandes, Menos Chicos, un espacio para expresarnos libremente. ¿Preparados? Aquí empieza Más Grandes, Menos Chicos. |
| 15" | Cabezote del programa |
| 02' | Regreso a set. Presentadora: A través de los años la música ha sido uno de los mecanismos que han permitido a la raza humana expresar sus emociones, hoy en día aun lo sigue siendo, y ha logrado evolucionar en un gran número de géneros que dan vida a innumerables historias. Hoy conoceremos de un género muy popular que sé que todos los que me están viendo van a conocer. |
| 10" | Cortinilla Parchados |
| 04' | La presentadora está en el set sentada junto a u cantante de cumbia Presentadora: Bienvenido, gracias por aceptar la invitación, es un placer tenerte en Más Grandes, Menos Chicos. <i>Invitado responde.</i> Presentadora: Bueno, háganos de ¿cómo llego la cumbia a tu vida? ¿Cuándo decidiste que te ibas a dedicar a la música? ¿Qué es lo que más te gusta del género? Que interesante, pero te cuento que salimos a las calles y hablamos con los jóvenes de Santander y les hicimos unas preguntas bien interesantes para ver qué tan preparados estaban sobre cultura general. |
| 10" | Cortinilla Venga y le digo. |
| 03' | Presentadora: Bueno nos encontramos en y hoy vamos a iniciar con unas preguntas fáciles, vamos a ver qué tan preparados están los jóvenes. ¿Cuáles son los únicos mamíferos que pueden volar? A. Avestruz B. Ratón C. Murciélagos D. delfín |
| | Comerciales 1 |
| 10" | Cortinilla Parchados |

| | |
|--------|---|
| 04' | Continúa la entrevista con el invitado. |
| | Presentadora: Bueno ¿Cómo lo viste? tú si sabes ¿cuál es el animal más grande que existe actualmente? |
| | Presentadora: ¿Cómo definirías tu estilo musical? ¿Qué te inspira para crear tu música? ¿Qué ha sido lo más difícil del proceso musical? |
| | Definitivamente la cumbia es un género que ha llegado a Santander para quedarse. Hoy conoceremos la historia de un grupo de jóvenes quienes destacan por su habilidad para bailar cumbia. |
| | Cortinilla de ¡Que nota! |
| 03'30" | Crónica de un grupo de jóvenes bailarines de cumbia. Comerciales 2 |
| 10" | Cortinilla Venga y le digo |
| 03' | Presentadora: Continuamos desde y seguiremos probando los conocimientos de los jóvenes de Santander. |
| | ¿Cuántos huesos tiene el cuerpo humano? E. 200 F. 356 G. 206 H. 205 |
| 10" | Cortinilla Parchados |
| 04' | Presentadora: No Podemos terminar la entrevista sin conocer que viene para ti en tu futuro musical |
| | ¿Cómo te ves en un futuro musicalmente? ¿Qué le dirías los jóvenes que tienen el mismo sueño que tú? ¿Crees que la cumbia logrará llegar a toda Colombia? |
| | Gracias por aceptar la invitación al set de Más Grandes, Menos Chicos, y contagiarnos de buena música. Gracias también a todos los que nos ven desde casa, sigan conectados con nosotros en el siguiente capítulo, recuerden que esto es Más Grandes, Menos Chicos. |

Nota: La tabla presenta el quinto guion.

Capítulo 4. Diagnóstico final

En un primer acercamiento con el Canal TRO, luego de realizado el diagnóstico inicial, se encontró una gran falencia en el área de contenido enfocado a la audiencia juvenil, pues a pesar que el canal ha tenido diferentes programas dirigidos a esta población, en la actualidad no existe una franja que responda a esta necesidad.

Teniendo en cuenta este hallazgo y atendiendo la solicitud por parte de la gerencia de la empresa, se decidió realizar el proyecto “Diseño de franja de contenido juvenil para el canal TRO, a fin de fortalecer la participación y opinión de los jóvenes”, el cual permitió sentar las bases para la creación y puesta en marcha de la franja juvenil ‘Más grandes, Menos chicos’.

Por otra parte, este proyecto impulsó la apertura y difusión de la franja ‘Más grandes, Menos chicos’ ante el público, pues la realización del casting abierto y difundido a través de redes sociales del Canal TRO, para buscar quien sería el encargado de presentar este magacín, permitió alcanzar posicionamiento, recordación y una cercanía entre el proyecto y su público objetivo, pues fueron alrededor de 75 jóvenes los que se presentaron.

Así mismo, la construcción del diseño de esta contenedor tipo magacín, permitió darle forma a lo que será la franja juvenil del Canal TRO, anexando producciones como “Mano al Planeta” a este contenedor, para brindar una programación mucho más robustecida y organizada, con un formato que permite que este contenedor pueda seguir creciendo.

5. Conclusiones

Tras el desarrollo del proyecto denominado “Diseño de franja de contenido juvenil para el Canal TRO, a fin de fortalecer la participación y opinión de los jóvenes”, puedo afirmar que dentro de los principales hallazgos frutos de este informe, se logró identificar que actualmente el canal TRO no cuenta con una franja de contenido dedicada a esta población.

Sin embargo, si bien no existe dicho contenedor, dentro de la parrilla de programación de Canal TRO, se encuentra “Mano al planeta”, una producción juvenil enfocada en el cuidado medio ambiental, no obstante, esta no ha alcanzado una fidelización por parte de la audiencia juvenil, lo que se traduce en un bajo nivel de rating, causada por una evidente desconexión entre el contenido producido y las preferencias de los jóvenes del Gran Santander.

Con relación al desarrollo del primer objetivo, tras una búsqueda en las producciones propias del canal, se logró establecer que en la señal del TRO se han realizado cinco apuestas anteriores, cada una de ellos con una temática, narrativa y formato distinto, pero un público objetivo entre edades muy similares.

Así mismo, se logró la construcción del diseño de la propuesta de producción, segundo objetivo que fue el resultado de una comunicación directa con la gerencia del canal, para construir una propuesta que responda a las necesidades de la audiencia sin dejar de lado las posibilidades y requerimientos del canal, para que el presente proyecto pueda ser ejecutable en el corto plazo.

En cuanto a la ejecución del tercer objetivo, la construcción de la estructura de lo que será “Más Grandes, Menos Chicos”, posibilitó el desarrollo de una propuesta de cinco

guiones, que servirán como guía para el rodaje del magazine, así como también, un bosquejo para elaborar los próximos guiones.

Cada uno de los parámetros establecidos, son el resultado de la evidente necesidad de vincular a los jóvenes en el accionar de los medios masivos de comunicación, así como también hacerlos partes de los procesos culturales. Dicho esto, este proyecto permitió sentar las bases para la consolidación de una franja destinada para el público joven.

6. Recomendaciones

Se recomienda realizar estudios de preferencias del consumidos dirigidas a la audiencia juvenil, esto con el objetivo de conocer de primera mano cuales son los intereses de los jóvenes del Gran Santander, y si así mismo analizar si el contenido emitido por el Canal TRO se está enfocando correctamente para satisfacerlas.

Es importante mantener un proceso de control de producciones, pues no solo la observación es imperativa la constante de las métricas de rating, sino también la interpretación de las mismas, pues esta información hará entender mucho mejor el perfil de la persona que está viendo el programa, al igual que el nivel de aceptación del público a la franja.

Ya que este proyecto se enfoca en el diseño mas no en la ejecución, es necesario que el director que vaya a realizar la ejecución del proyecto, comprenda a cabalidad el concepto propuesto, así como la intención del discurso, pues Más Grandes, menos Chicos busca ser un programa con un concepto fresco y cercano a su audiencia.

En cuanto al montaje de la propuesta, es fundamental estructurar una idea que se adecue a los costos de la empresa y a la capacidad de producción de la misma, por lo que se aconseje entablar una comunicación clara y honesta con el medio de comunicación, donde se establezcan los límites del presupuesto. Esta información permitirá realizar un proyecto acorde a las posibilidades de la empresa, con ideas realizables, que lleguen a convertirse en una realidad.

Referencias

Canal TRO. (s.f.). *Canal TRO*. <https://canaltro.com/institucional/quienes-somos/>

Congreso de la Republica (1995a) Ley 252 de 1995. Por la cual se aprueban la Constitución de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el Convenio de la Unión Internacional de Telecomunicaciones y el Protocolo Facultativo sobre la Solución Obligatoria de Controversias Relacionadas con la Constitución de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el Convenio de la Unión Internacional de Telecomunicaciones y los Reglamentos Administrativos", adoptados en Ginebra el 22 de diciembre de 1992. Diario Oficial. AÑO CXXXI. N. 42171. 29, diciembre, 1995. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1656880#:~:text=por%20la%20cual%20se%20aprueban,de%20Telecomunicaciones%2C%20el%20Convenio%20de>

Congreso de la Republica (1995b) Ley 182 de 1995. Por la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones. Derogada por el art. 32 de la Ley 1150 de 2007
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=6738>

Congreso de la República, (1985). Ley 42 de 1985. Por la cual se transforma el Instituto Nacional de Radio y Televisión –Inravisión en una entidad asociativa de carácter especial y se dictan otras disposiciones.
<https://www.lexbase.co/lexdocs/indice/1985/10042de1985#:~:text=%22%20LEY%2042%20DE%201985%20LEY,y%20se%20dictan%20otras%20disposiciones.&text=Los%20estatutos%20de%20dicha%20entidad,normas%20de%20la%20presente%20Ley.>

Congreso de la República, (1982). Ley 23 de 1982. Por la cual se protege exclusivamente la forma literaria, plástica o sonora, como las ideas de del autor son descritas, explicadas, ilustradas o incorporadas en las obras literarias, científicas y artísticas.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3431#:~:text=Esta%20Ley%20protege%20exclusivamente%20la,obras%20literarias%2C%20cient%C3%ADficas%20y%20art%C3%ADsticas.>

Congreso de la República, (2010) Ley 1403 de 2010. Por la cual se adiciona la Ley 23 de 1982, sobre Derechos de Autor, se establece una remuneración por comunicación pública a los artistas, intérpretes o ejecutantes de obras y grabaciones audiovisuales o “Ley Fanny Mikey”. Diario Oficial No. 47.775 de 19 de julio de 2010
http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1403_2010.html#:~:text=Leyes%20desde%201992%20%2D%20Vigencia%20expresa%20y%20control%20de%20constitucionalidad%20%5BLEY_1403_2010%5D&text=Por%20la%20cual%20se%20adiciona,o%20%2E2%80%9CLey%20Fanny%20Mikey%20%2E2%80%9D.

Congreso de la República, (2006) Ley 1098 de 2006. Por la cual se expide el Código de la Infancia y la Adolescencia. Diario Oficial 46.446 de 8 de noviembre de 2006.

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1098_2006.html

Chaparro, H. R. & Guzmán, C. M. (2017). Jóvenes y consumo cultural. Una aproximación a la significación de los aportes mediáticos en las preferencias juveniles. Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-, 15 (30), 121-142. <https://doi.org/10.22395/anr.v15n30a6>

El Tiempo (2018, 24 de Junio) Contenidos innovadores y de calidad, apuesta de la TV en las regiones. <https://www.eltiempo.com/cultura/cine-y-tv/television-regional-en-colombia-apuesta-a-contenidos-multiplataforma-y-transmedia-234670>

García, J. (2000) Tomo II Información Audiovisual: Los géneros. Madrid: Editorial Paraninfo

Suárez, R.A. (2012) Las programadoras de televisión en Colombia: Una historia en el olvido. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Javeriana]

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/5804/tesis877.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sandoval, M. (2006). LOS EFECTOS DE LA TELEVISIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS AUDIENCIAS JÓVENES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA CONVERGENCIA Y DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES. Universitas Psychologica , 5 (2), 205-222

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672006000200002&lng=en&tlng=es.