



CIESPAL
DONACION

**Encuentro
de directores
de informativos
de televisión**



Centro Internacional
de Estudios Superiores
de Comunicación para
América Latina

**ENCUENTRO DE DIRECTORES DE
INFORMATIVOS DE TELEVISION**

Este libro es publicado bajo
el auspicio de la Fundación
Friedrich Ebert de Alemania.

ISBN 9978 - 55 - 001 - 1

ISBN 9978 - 55 - 007 - 0

Derechos reservados según la Ley
de Derechos de autor, expedida
mediante Decreto Supremo No. 610
del 30 de julio de 1976. La reproducción
parcial o total de este libro no puede
hacerse sin autorización.

Levantamiento de texto:
María Elena Moncada

Diseño: Mario Gallardo Neira

Impresión: Editorial "Quipus"
Quito-Ecuador

CONTENIDO

9

INTRODUCCION

13

PARTICIPANTES

15

ACUERDO DE QUITO

25

**INTERVENCION DEL SEÑOR THOMAS NELL,
REPRESENTANTE DE LA FUNDACION FRIEDRICH EBERT**

29

**INTERVENCION DEL SEÑOR LEOPOLDO BARRIGA, SECRETARIO
GENERAL DE COMUNICACION SOCIAL DEL ECUADOR**

31

**NECESIDADES DE CAPACITACION EN TELEVISION
EN LOS PAISES DEL AREA ANDINA.**

Cecilia Peñaherrera Buendía

40

EL MODELO DE UN CANAL ESTATAL.

Dr. Ruy Pontes

46

UN MODELO DE ESTACION PRIVADA DE TELEVISION.

Alfonso Espinosa de los Monteros

57

EL MODELO COLOMBIANO DE TELEVISION.
Maria Cristina Pastrana

67

EL PROCESO DE PRIVATIZACION DE
LA TELEVISION NICARAGUENSE.
Manuel Espinoza Enrique

74

LA PRODUCCION TELEVISIVA EN BOLIVIA.
Oscar Zambrano

83

LA PRODUCCION TELEVISIVA EN PERU.
Francisco Ugarteche

87

LA PRODUCCION TELEVISIVA EN UNA CADENA MUNDIAL.
Carlos Sa

93

LA EXPERIENCIA DE EUROVISION.
Lasse Jensen

103

LA EXPERIENCIA DE CARIBVISION.
Michael Abend

110

LA EXPERIENCIA DE ARABVISION.
Andreas Pawlouscheck

115

LA EXPERIENCIA DE VISNEWS.
Loic Gosselin

120

LA EXPERIENCIA DE WTN.
Roberto Sullivan

123

LA EXPERIENCIA EN FORMACION
PROFESIONAL DEL ICRTV-CUBA.

Andrés Salcedo Gancedo

180

LA EXPERIENCIA EN FORMACION
PROFESIONAL EN CARIBVISION.

Michael Abend

130

LA EXPERIENCIA DE FORMACION
PROFESIONAL DE ARABVISION.

Andreas Pawlouscheck

136

LA EXPERIENCIA DE FORMACION
PROFESIONAL DE CIESPAL.

María del Carmen Cevallos

141

LA PROPUESTA DE INTEGRACION
DE LA TELEVISION ANDINA.

Ricardo Herrera, ASETA

Necesidades de capacitación en la televisión en los países del Area Andina

Cecilia Peñaherrera Buendía

**CECILIA
PEÑAHERRERA
BUENDIA**

**Licenciada en
comunicación
de la Universidad
de Barcelona:
trabajó en la
televisión
española,
profesora de la
Universidad
Central del
Ecuador**

CIESPAL, indagó recientemente sobre las "necesidades de capacitación en televisión en los países del Area Andina".

Las limitaciones que condicionaron dicha investigación fueron, fundamentalmente, de orden económico, e impidieron que ella pudiera ser aplicada con toda la amplitud que habría sido idóneo. Los instrumentos diseñados, de los que hablaremos más adelante, fueron aplicados solamente en las capitales de los países de la subregión, por lo tanto, esta investigación, no constituye una muestra estadísticamente válida y suficiente. Debido a esto, lo realizado se encuentra a medio camino, diría yo, entre lo analítico y lo cuantitativo. Más apropiado será entonces hablar de tendencias, cuando se establezcan ciertos registros y valores en los resultados.

El trabajo tuvo como propósito el alimentar con elementos de juicio al nuevo centro de televisión de CIESPAL para el diseño curricular de sus cursos internacionales de capacitación y perfeccionamiento profesional, en el área de televisión.

Los resultados obtenidos, pese a las limitaciones mencionadas, son considerados como reveladores de tendencias y, ciertamente, cumplieron con el objetivo y el Centro, en buena medida, ha sustentado sus decisiones curriculares en la información obtenida.

Algunas características generales de la investigación son: en primer lugar, se realizó con dos tipos de sujetos; por una parte, canales de televisión y, por otra, facultades y centros superiores de formación en comunicación social.

Los instrumentos utilizados fueron dos encuestas diseñadas para cada uno de estos, conformadas por preguntas codificadas y abiertas. El relativamente pequeño número de encuestados facilitó el procesamiento y análisis de la información surgida de las preguntas abiertas y permitió, por tanto, un mejor aprovechamiento de la información en compensación con los límites ya anotados.

Las encuestas fueron aplicadas solamente en las capitales de cada país, tanto para estaciones de televisión cuanto para facultades y centros superiores. Fuera de los países andinos, se recibieron también respuestas de Panamá, para el caso de canales de televisión y de República Dominicana, México, Argentina para el caso de facultades, las cuales fueron utilizadas como fuentes de refuerzo para el análisis de tendencias.

En el caso ecuatoriano, se obtuvo información de estaciones y facultades ubicadas en ciudades distintas a la capital.

En lo que se refiere al sector de los canales de televisión, se aplicaron 38 encuestas, lo que considerando el volumen de estaciones que existen en el Area Andina, que totalizan un número de 103, según la investigación realizada en 1990 por CIESPAL, no resulta ser más que un ámbito de sondeo.

Quisiera evitarles, en lo posible, los datos cuantitativos que suelen ser tediosos en una exposición de esta naturaleza. Ellos están, por supuesto, a su disposición si alguno de ustedes tuviera posteriormente alguna pregunta pero me gustaría darles a conocer algunos aspectos generales que nos ubican en el contexto.

Como es conocido por ustedes, la mayor parte de los canales de televisión son de propiedad privada; estamos hablando de casi un 70% del total de los encuestados, lo que en efecto revela, sin discusión, la tendencia general en la región. La propiedad pública y la de carácter universitario es bastante más reducida.

De éstas, la mitad de las estaciones son de cobertura nacional mientras que los canales regionales y locales se reparten en la segunda mitad de la propoción. Es obvio que estos datos se hallan condicionados por el hecho de que la encuesta fue aplicada, sobre todo, en las capitales.

El equipo humano que labora en los canales de televisión muestra algunas tendencias bastante claras e interesantes. Por ejemplo, la mayor parte de los miembros de los canales de televisión son hombres, particularmente entre quienes laboran en los ámbitos de la producción y de trabajos técnicos en general. En el área de la administración, los rangos entre hombres y mujeres parecen estar bastante equilibrados, lo que no demuestra necesariamente que haya igualdad en los niveles jerárquicos y de responsabilidad, puesto que la encuesta no permitía extraer este tipo de información. La tendencia mayoritaria se repite también cuando se trata del personal dedicado a tareas periodísticas propiamente, tanto entre quienes trabajan de planta, así como los de contratos eventuales.

Cuando se analiza la situación profesional del personal de televisión, se revela que una mayor parte de los empleados no tienen título universitario en comunicación. Un 85% del personal está compuesto más bien por profesionales de otras carreras, técnicos medios y, sobre todo, por empíricos. Esto, por supuesto, es más notorio cuando se refiere a la profesionalización de las mujeres.

En cuanto al tipo de programas de producción propia, que fue uno de los aspectos que con mayor interés se trató de abordar, la encuesta permitió detectar una serie de resultados bastante interesantes. Por ejemplo, fue notorio que el 50% de los entrevistados señalaron producir programas de tipo informativo-entretenimiento, mientras que solo el 5.3% afirmaron producir programas de carácter exclusivamente informativo. Los programas de entretenimiento y educativo ocupaban una proporción también muy importante en la

producción propia; mientras tanto, los programas propiamente educativos, presentaban el porcentaje más bajo de los resultados proporcionados por los encuestados, con solamente un 2% de la producción propia. También se mencionó un tipo de producción mixta, denominada educativa y de entretenimiento. Es decir, se la denominó así educativa-entretenimiento, que alcanzaba una producción del 7%.

De estas cifras se infiere las siguientes tendencias: en la Región se privilegia un tipo de producción caracterizada como programación de entretenimiento e información. Ustedes se percataron, hablé de un tipo de programación informativo-educativa. Al analizar las respuestas nos dimos cuenta de que los programas caracterizados bajo esta denominación son realmente programas tipo concurso, colegial, tipo documental, una mezcla de documental y entretenimiento, como ellos mismos los han señalado. Y efectivamente, en desmedro de lo que sería la programación informativa propiamente dicha.

La programación de tipo educativa ocupa un lugar sumamente pobre.

Si sumamos los porcentajes de la programación denominada de entretenimiento e información, resulta que esta tendencia es ostensiblemente más alta, con un total que casi alcanza el 85% de la programación propia.

Es interesante también conocer la proporción que ocupa la producción propia en la programación general de los canales. Por ejemplo, las cifras más destacadas señalan que la mayor proporción de todos los que contestaron disponer de programación propia, destina menos del 25% de sus espacios a esta programación.

Los canales que dedican un 30% de su programación a la producción propia constituyen el 14%; los que cuentan con un 40% de producción propia en su programación constituyen solamente un 10% y así, sucesivamente: a medida que va aumentando el rango de la programación propia en la programación total, veremos que va reduciéndose el índice de la proporción de los encuestados. Aún más destacado es el hecho de que el 26% de los entrevistados admitieron no disponer de ninguna programación propia en su producción actualmente en el aire.

De estos datos, se puede establecer que la tendencia fundamental en los canales de América Latina es la de importar producción extranjera, puesto que no llega a la tercera parte la proporción de los canales que dedican más de la mitad de su programación a su producción propia. Aunque existen casos aislados como es el caso de Manavisión, en el Ecuador, que reveló producir el 64% de su producción actualmente en el aire y que ésta tendería a incrementarse en el año que está transcurriendo.

Para la recolección de la información respecto del tipo de programas de producción propia que se realiza en las estaciones de televisión, se confeccionaron tres cuadros, en los que se solicitaba información sobre programas de género informativo, de entretenimiento y educativos. Para cada caso se proporcionaron distintos formatos. Así, para los informativos los formatos fueron noticieros, documentales, crónica, reportaje, entrevista, opinión, revista, deportivos y otros. Para los de entretenimiento los formatos fueron miniseries, series, telenovelas, concursos, deportivos, revistas musicales, dibujos animados, largometrajes, medimetrajes y otros. Y para los educativos: miniseries, series, revistas, dibujos animados, largometrajes, medimetrajes, cortometrajes y otros.

Puesto que el mayor porcentaje de la muestra, casi el 70% corresponde a canales de propiedad privada, es lógico que la mayor parte de los programas de producción propia analizados por formatos, también aparezcan producidos por el sector privado.

En efecto, las cifras recolectadas arrojan que el 66% de los programas de producción propia recogidos en la muestra se realizan en el ámbito privado, mientras que el 24% restante corresponde al sector público y el 20% al universitario.

Partiendo de la consideración de que esta producción propia es, ciertamente, limitada en comparación con el total de programas exhibidos durante la programación diaria, se preguntó a los encuestados cuáles consideraban ellos que eran las razones fundamentales que explicaban este hecho. De las respuestas obtenidas, pudimos deducir que las de orden económico fueron las más frecuentes. Así, el 73% de los encuestados mencionaron a éstas como la principal explicación. También se señalaron otras razones. Por ejemplo, la ne-

cesidad de mayor capacitación en su personal: un 50% de los encuestados, mencionaron esta razón. Otros motivos como los de limitaciones en equipos, obsolescencia o defectos de mantenimiento fueron también señalados. Finalmente, por preferencias de audiencia, se pronunció una proporción bastante menor, solamente de un 23%.

Por tanto, de estos datos podemos inferir las siguientes apreciaciones: las razones económicas pesan sustancialmente sobre las decisiones para la producción propia. Es posible considerar que los motivos que hacen alusión a los problemas con equipos son, en última instancia, también de orden económico, puesto que la imposibilidad de modernizarlos o de darles un adecuado mantenimiento se derivan de restricciones en su capital operativo. Sin embargo, se establece que hay una conciencia clara de la necesidad de mejorar también la capacidad del personal de producción y técnico, lo que implicaría que hay una tendencia a incrementar la producción propia en la región, tendencia que se ve obstaculizada a la hora de contar con personal idóneo, sobre todo en función de competir con la producción extranjera, que presenta unos determinados mejores índices de calidad, reconocidos por la audiencia.

Las explicaciones que argumentan las preferencias de la audiencia no pueden ser desconocidas; son de menor importancia cuantitativa y cualitativa, pero es notorio por todo lo dicho anteriormente que existe en la Región una inclinación a proponer a la audiencia la producción nacional, en desmedro de la importada, siempre y cuando sea posible superar las anteriores limitaciones.

En la encuesta teníamos también un interés especial por detectar la realidad y los problemas que atañen a la producción de informativos. De los datos obtenidos, pudimos analizar las siguientes conclusiones: en la producción de informativos también gravitan con mucha importancia los problemas económicos; hay una tendencia importante a tratar de lograr una creciente capacidad del personal que interviene en la realización de los informativos, pese a que ya se trabaja, con personal especializado por áreas, más que en otros formatos de producción propia.

Las limitaciones de orden técnico se mencionan con especial atención cuando se trata de acceder al uso del satélite; sin embargo, el resultado cuantitativo es consistente con la observación de que en

general, los canales cuentan con una infraestructura mínima necesaria para mantener un buen nivel en sus producciones informativas, a no ser por motivos de otra índole, como son los económicos y los de capacidad de su personal.

Los motivos de tipo político, que afectan a los informativos, se mencionaron con una proporción mucho menor. Obviamente, esto se debe a situaciones políticas más favorables, a la libertad de expresión instaurada en los últimos años en la Región.

Generalmente, los informativos presentan unos formatos clásicos, unos prototipos, compuestos por segmentos nacionales, internacionales, deportivos, noticias locales, notas culturales, y, en una proporción bastante menor, hay informativos que dedican espacio a la opinión, entrevista y misceláneos.

En cuanto se refiere al tema de las demandas de capacitación, en la encuesta fueron propuestas 29 posibilidades, de las cuales se solicitaba priorizar, para que CIESPAL estuviera en posibilidad de establecer rangos. En realidad, las diferencias entre la solicitud más importante, la prioridad uno, y el resto de solicitudes, fue bastante notoria. La producción en general fue la más destacada, con un porcentaje cercano al 70% y mientras tanto, el resto de solicitudes de capacitación en video participativo, en la confección de libretos, en reportaje, en dirección general, la entrevista, la teoría de la comunicación, confección de guiones y operación de cámaras, presentan porcentajes menores.

La prioridad primera fue señalada para el género del entretenimiento. Más explícitamente, para la producción de dramáticos. En el segundo lugar, se solicitó la capacitación en informativos y el tercer lugar se le adjudicó al género de educativos.

Se puede inferir, que las solicitudes de capacitación en producción general, se refieren a la de programas de entretenimiento, particularmente seriados y telenovelas, que han adquirido notable expansión en la Región en los últimos años. Es de esperar que tales planteamientos estén guiados por la intención de mejorar su calidad técnica, estética y ética. Ello es consistente con el hecho de que entre las solicitudes destacadas se hallan también en la confección de libretos y guiones.

Sin embargo, el porcentaje que seleccionó el género de los informativos no está muy alejado del primero, por lo que se confirma la inclinación a superar las limitaciones en la producción de este género de programas con la capacitación del personal.

Asimismo, se confirma la tendencia a no priorizar los programas de corte educativo.

En cuanto a la encuesta que se aplicó para facultades, solamente me voy a referir a los resultados que tienen que ver con las demandas de capacitación de los docentes. Es interesante hacer esta mención, porque mientras que en el ámbito de la producción de televisión, de los canales de televisión, las demandas se refieren a todas aquellas necesidades que exigen los procesos de producción, en cambio, en el ámbito de la docencia de las facultades, en el ámbito académico, las exigencias se centran más bien en requerimientos de capacitación de tipo teórico.

Por ejemplo, con una proporción cercana al 70% solicitan a CIES-PAL, como primera prioridad de capacitación, la metodología de la enseñanza de televisión. En una segunda prioridad hay dos temas: el lenguaje televisivo y el diseño curricular para televisión. Y en un tercer lugar, teoría de la imagen y procesos de producción. Aquí empiezan a aparecer, ya, a partir de la tercera prioridad, demandas de tipo práctico: confección de libretos y guiones, edición, actualización en el manejo de equipos, televisión educativa y televisión a bajo costo.

Ciertamente, reiteramos, que las tendencias son pertinentes a los ámbitos de trabajo de cada uno de los sujetos de la investigación.

Finalmente, para concluir. La difusión de la encuesta entre las estaciones de televisión y los centros superiores de comunicación de América Latina obtuvo una recepción bastante entusiasta, lo que hace patente de que en el área no existen suficientes ni adecuadas posibilidades de capacitación al alcance de los medios ni de los profesionales. Existe una necesidad, profundamente compartida, de contar con recursos a fin de que los profesionales de la Región se capaciten crecientemente para impulsar un proceso de incremento de la producción propia, de mayor calidad y de menor costo.

Las necesidades de capacitación expresadas por las estaciones de televisión difieren de las manifestadas por los centros superiores por obvias razones. En el primer caso, se trata de necesidades signadas por las demandas prácticas de la producción que debe salir al aire, que debe responder a demandas del mercado y de orden empresarial y es muy notorio que la televisión en América Latina, está predispuesta a incrementar y mejorar su dedicación a la producción de género dramático.

Sin temor a aventurar juicios, se diría que en el trasfondo hay una voluntad de acceder a un tipo de producción en el que los valores técnicos se articulen a una producción en donde también se destaquen valores de orden ético y estético.

En el caso de los centros superiores, las solicitudes expuestas tienen relación a una formación docente de mayor profundidad académica y de mejor nivel pedagógico. Esto es consistente con la misma exigencia de las estaciones de televisión, que crecientemente demandan de las facultades la formación de profesionales no sólo prácticos en aspectos de orden técnico, sino también formados en términos humanísticos, de cultura y de comprensión de la sociedad en la cual deben desenvolverse. Para ellos se torna imprescindible el poner al alcance de docentes y estudiantes los recursos del manejo teórico-práctico de la imagen, como el lenguaje, con código articulado de significaciones y símbolos culturales. Estos recursos los proporcionan justamente disciplinas como las que han sido expuestas por los centros superiores como sus prioridades de capacitación.

En resumen, se aprecia que tanto los medios de comunicación como los centros de formación profesional en cuanto intérpretes de las necesidades sociales, revelan que las sociedades latinoamericanas están demandando la presencia de profesionales mejor formados y con la capacidad de extraer con mayor solvencia las determinaciones de la vida social para expresarlas a través de los distintos géneros televisivos.

Esta es la información que nosotros queríamos transmitir a ustedes, poner a su consideración.