

Creación de un programa de televisión sobre caballos para el canal Tv Agro  
de la ciudad de Medellín

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Social Periodista

Cristian Camilo Chica Zapata

Asesor

Jorge Alonso Sierra Valencia

Comunicador Social – Periodista

Especialista en Televisión

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Comunicación Social y Periodismo

Caldas – Antioquia

2013

## Tabla de contenido

### Contenido

Introducción .....	9
Justificación.....	11
Objetivos .....	12
Objetivo general .....	12
Objetivos específicos .....	12
Marco teórico .....	13
¿Qué es la televisión? .....	15
La televisión en Colombia.....	15
Ley de Televisión en Colombia. ....	16
ARTICULO 1o.....	16
ARTICULO 2o.....	16
ARTICULO 19.....	17
ARTICULO 21.....	19
TV Agro.....	20
Perfil de Audiencia del canal TV Agro .....	21
Discurso Narrativo.....	22
Contenidos.....	22

Género Televisivo.....	23
Usos de la Televisión .....	24
Metodología .....	25
Preproducción .....	26
Recursos humanos Preproducción.....	26
Producción.....	27
Recursos humanos Producción.....	27
Postproducción.....	27
Recursos Humanos Postproducción .....	28
Manual de Estilo de Código Equino .....	28
Identificación del proyecto .....	28
Estructura de los capítulos.....	29
Resultados .....	29
Código Equino 1 .....	29
Código Equino 2 .....	30
Código Equino 3 .....	30
Código Equino 4 .....	30
Código Equino 5 .....	30
Código Equino 6 - .....	31
Código Equino 7 .....	31

Código Equino 8 - Emitido el 23 de marzo de 2013 con los siguientes temas: rescate de grandes especies, montadores y ejercicios básicos de picadero. ....	31
Código Equino 9 - .....	31
Código Equino 10 - .....	31
Código Equino 11 - .....	31
Código Equino 12 .....	31
Código Equino 13 .....	31
Código Equino 14 .....	31
Código Equino 15 .....	31
Código Equino 16 .....	31
Código Equino 17 .....	32
Código Equino 18 .....	32
Código Equino 19 .....	32
Código Equino 20 .....	32
Código Equino 21 .....	32
Código Equino 22 .....	32
Código Equino 23 .....	32
Código Equino 24 .....	32
Conclusiones .....	33
Recomendaciones .....	34

Referencias .....35

**Listas especiales**

Ilustración 1 rango de edad de los televidentes del canal Tv Agro. ....	21
Ilustración 2 porcentaje de género de los televidentes del canal Tv Agro.....	21
Ilustración 3 Distribución internacional del canal tv agro. ....	21

## **Resumen**

Comenzar un proyecto televisivo no es tarea fácil, no obstante, la comunicación audiovisual, el periodismo, la semiología, los estudios de medios masivos, entre otros; nos brindan las herramientas necesarias para comenzar su construcción.

Es necesario comenzar a superar una serie de retos para ser eficaz en la narrativa, en el mensaje propuesto a las audiencias; es un proceso de creación, en el cual es necesario reconocer los imaginarios del otro, para poder construir el relato.

La Televisión es un medio masivo de comunicación, que necesita ser entendido como fenómeno social, cultural, económico y político. Para comprender este fenómeno se debe proponer un análisis en profundidad sobre los efectos que genera este medio

Palabras Clave: Televisión, audiencias, imaginarios, comunicación audiovisual, sociedad mediática.

## **Abstract**

Start a TV project is no easy task, however, visual communication, journalism, semiotics, media studies, among others, we provide the tools necessary to begin construction.

We must begin to overcome a number of challenges to be effective in the narrative, in the proposed message to audiences, is a creative process, which is necessary to recognize the imaginary other, in order to build the story.

Television is a mass medium of communication, which needs to be understood as a social phenomenon, cultural, economic and political. To understand this phenomenon is due to propose a thorough analysis of the effects generated by this means.

Keywords: television, audiences, imaginary, visual communication, media society.

## Introducción

La televisión es considerada como uno de los medios de comunicación más influyentes e importantes que han existido, debido a su accesibilidad, hace posible que un gran número de personas de todo el mundo, puedan asistir a ella, inmediata y fácilmente. En muchos casos la televisión es criticada por modificar las conductas e intereses de las personas, por otras formas de comunicación que pueden requerir más tiempo, que pueden parecer más aburridas o más lentas, etc. Sin embargo, la televisión está vigente, al día de hoy (con el gran salto que supone el desarrollo de la internet) como medio de comunicación accesible donde su importancia radica en el hecho de que permite conocer noticias, entretiene y utiliza lenguajes accesibles para millones de personas en todas partes.

La televisión como la conocemos es un medio de comunicación creado a principios del siglo XX, no obstante fue recién a mediados del siglo, que su uso se masificó, cuando las familias europeas y estadounidenses pudieron acceder a los primeros equipos económicos y domésticos que transmitían canales de televisión. En sí, es un medio de comunicación que no ha variado demasiado salvo por algunos detalles tecnológicos y hoy en día es todavía necesario contar con un televisor o algún soporte visual para poder disfrutar de los diferentes canales que se encuentran disponibles en cada región. Más allá de la inversión que esto puede requerir, la televisión es un medio gratuito, con excepciones.

Establecer en el discurso cuál es la importancia de la televisión, es un tema que pasa por gran cantidad de variantes, aunque hoy sea quizás uno de los medios de comunicación más

criticados. Primero, la televisión puede ser accesible para muchas más personas que otros medios y esto es así no sólo en términos económicos sino también en términos culturales: para acceder a un periódico era necesario saber leer y escribir mientras que para ver televisión no. Además, la televisión se maneja con lenguajes mucho más informales, accesibles y visualmente atractivos o dinámicos, por lo cual su llegada es mucho mayor que otros medios como la radio o el periódico, ciertamente limitados a un sólo tipo de soporte. Por último, la televisión permitió a los televidentes disfrutar de los programas hechos en otras partes del mundo, facilitando el acercamiento cultural y la cada vez más variada disponibilidad de opciones de programación.

El objeto de estudio de la televisión son las audiencias, los individuos, las familias, los colectivos que presencian en la cotidianidad de sus vidas en diversos lugares un trozo de realidad reflejado en la pantalla, conocer las motivaciones, los sueños, anhelos, qué los emociona, qué los aburre, son los predicamentos que debe entrar a estudiarse y analizarse para poder aproximarse al método más eficaz, relevante y coherente en la construcción de un mensaje. Una televisión de mediano impacto, reconoce los imaginarios del otro y no pretende imponer el conocimiento.

Otro aspecto que se debe entrar a descomponer es la eficiencia en el mensaje y como yo, como realizador, me encargo de producir en el otro la gratificación que está buscando en la televisión, que debo otorgarle placer al otro de principio a fin, teniendo en cuenta que la genialidad de la televisión está ligada a la elaboración de la narrativa y el relato para llegar al otro.

## **Justificación**

La intención de crear el programa acerca de los caballos en el canal tv agro, se sustenta en la falta de profesionalización que hay en el campo latinoamericano, en los temas relacionados al caballo. Utilizamos el medio de la televisión para llevar a estas personas el conocimiento que les puede ayudar a mejorar sus explotaciones equinas, mientras que otros quizá observen el aspecto lúdico afectivo del mensaje y disfruten de una doma del caballo.

Por otro lado la relación con el caballo es una relación sana, existen una gran variedad de deportes en los cuales se utilizan Equinos y por medio del programa se promueven esas prácticas.

Otro punto a discutir es el mercado de los caballos, que tiene un gran potencial de ser generador de riqueza y que se está desaprovechando debido a las malas prácticas equinas, que están fundamentadas en el empirismo.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Crear un programa de televisión sobre caballos en el CANAL TV AGRO, que contenga un mensaje eficaz, relevante y coherente, reconociendo los imaginarios del otro, sin imponerle el conocimiento y buscando entablar un diálogo, mediante un código común.

### **Objetivos específicos**

Elaborar la narrativa y el relato para llegar al televidente mediante las historias y temas acerca del caballo.

Satisfacer las necesidades de entretenimiento, educativas y culturales de la audiencia del Canal Tv agro con un programa acerca del caballo.

Estudiar el fenómeno de la televisión para acercarse a la comprensión de las audiencias y los usos que le dan a los contenidos televisivos en el área de los formatos televisivos de los Equinos.

## **Marco teórico**

Antes de comenzar un estudio acucioso del fenómeno televisivo, es necesario comprender el contexto en el cual se sitúa la creación de este medio, cómo ha evolucionado hasta nuestros días, cuáles son los usos que la sociedad le da y cómo debe ser la construcción del mensaje televisivo, partiendo de estudios sociales del comportamiento de las audiencias que debe ser la base fundamental para la creación de un programa de televisión.

La historia de la televisión es corta, precedida por una etapa experimental en la cual, un abultado grupo de investigadores se dio a la tarea de lograr resolver tres problemas fundamentales, indispensables para que se originara la televisión, el primero, la captación de la imagen, el segundo, el transporte y la tercera, la recomposición de la imagen en un lugar distinto al origen de su captura.

Uno de estos jóvenes precursores del invento revolucionario, fue un joven estudiante llamado Paul Nipkow, quien nació el 22 de agosto de 1860, a sus 23 años encontró la clave total del proceso posteriormente relataría el modo en que ocurrió:

Corría la Nochebuena de 1883, en Berlín... en mi pensión de estudiante de la Phillipstrasse, número 13, frente a la iglesia. Yo estaba solo frente a una lámpara de petróleo; solo con mis pensamientos predilectos. Se me apareció entonces, sin esfuerzo, automáticamente, la idea general de la televisión. Vi una imagen dividida en mosaico de puntos y rayas y un disco rodante, con agujeros en espiral. La serie luminosa de puntos se transformaría en los correspondientes

impulsos eléctricos y el receptor, por medio de un disco perforado, circulante también, los iría agrupando de nuevo en una imagen. Las pilas de selenio y los efectos Faraday me ofrecían esta oportunidad. Hice después un esbozo, acompañado de una descripción, inscribiéndolo todo en el registro de patentes el 6 de enero de 1884: Die 5 wand, das fernsehen, Econ Verlag, Dusseldorf (como se citó en Rings, 1963).

A partir de hallazgo de Nipkow, descrito como un *telescopio eléctrico*, investigadores de todo el mundo se dieron a la tarea de perfeccionar y modificar el descubrimiento. En el proceso exploratorio de la televisión tuvo lugar el estudio de las ondas electromagnéticas, que podían viajar sin cableado y a la velocidad de la luz. Así mismo, El ruso Alexander Popow introdujo en 1890 un dispositivo para captar ondas Hertz, en otras palabras había creado una antena, de este modo se iban configurando todos los elementos indispensables, para la creación de la televisión como la conocemos.

Es innegable que a lo largo del proceso que dio origen a la televisión, algunos personajes como: Nipkow, Baird y Zworykin fueron esenciales, no obstante, los trabajos e investigaciones que dieron forma a esta idea de llevar la imagen y el sonido por el espacio, fue de carácter universal.

Inicialmente la televisión fue concebida como un medio que hiciera observable un objeto en un lugar diferente al de su captura, con investigaciones de los aspectos técnicos, en esta etapa temprana de la televisión, no se magnificaba el increíble potencial que la televisión tendría en el comportamiento social, la técnica primó sobre el medio en sí, motivo por el cual, como en el caso de la radio sólo hubo un descubrimiento del medio, no de sus representaciones simbólicas.

Durante las primeras décadas, del siglo XX la televisión sufrió una natural evolución en su aspecto técnico original, aquella imagen a blanco y negro se iba transformando en una ventana más fiel a la realidad, llevando el color a las pantallas y un mejor sonido, a la vez que se masificaba su consumo.

### **¿Qué es la televisión?**

La televisión se reconoce actualmente como un medio masivo de comunicación que juega un papel fundamental y determinante en su influencia, creando significados colectivos en la sociedad, a través de mensajes que pueden orientar al individuo en la toma de decisiones y el rol que juega dentro de una estructura social.

La televisión juega un papel materno, en alguna medida, ésta en el centro de los hogares, se ha implantado como eje central del diario vivir, muchas personas y familias se dan cita ante esta ventana de la realidad día tras día, ofrece su compañía todo el tiempo, alimenta los imaginarios, con toda clase de historias, es un escape en los momentos de tristeza, frustración o angustia; además de satisfacer las necesidades de información y entretenimiento.

### **La televisión en Colombia**

La televisión comienza a implantarse en América latina durante las décadas de 1950 y 1960. En el caso Colombiano es durante el año 1953 luego de que El General Gustavo Rojas Pinilla Asumiera la presidencia de la nación luego de un golpe militar, prometiera al pueblo introducir en el país el más influyente medio de comunicación. Es Así como en el año 1954 la historia de la televisión en Colombia comienza a escribirse.

## **Ley de Televisión en Colombia.**

Desde la esfera legislativa, la televisión tiene una finalidad servicial y honesta, sin embargo muchas veces, estos planteamientos se quedan en el papel contenedor de la norma, el canal Tv Agro, tiene sucinto en su intención comunicadora, las finalidades establecidas en la ley.

En el año 1995 ministerio de comunicaciones escribiría la ley 182 que reglamenta el servicio de la televisión.

**ARTICULO 1o.** Naturaleza jurídica, técnica y cultural de la televisión. La televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado, cuya prestación corresponderá, mediante concesión, a las entidades públicas a que se refiere esta Ley, a los particulares y comunidades organizadas, en los términos del artículo 365 de la Constitución Política.

Técnicamente, es un servicio de telecomunicaciones que ofrece programación dirigida al público en general o a una parte de él, que consiste en la emisión, transmisión, difusión, distribución, radiación y recepción de señales de audio y video en forma simultánea.

Este servicio público está vinculado intrínsecamente a la opinión pública y a la cultura del país, como instrumento dinamizador de los procesos de información y comunicación audiovisuales

**ARTICULO 2o.** Fines y principios del servicio. Los fines del servicio de televisión son formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana. Con el cumplimiento de los mismos, se busca satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la

democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local.

Dichos fines se cumplirán con arreglo a los siguientes principios:

- a) La imparcialidad en las informaciones;
- b) La separación entre opiniones e informaciones, en concordancia con los artículos 15 y 20 de la Constitución Política;
- c) El respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural;
- d) El respeto a la honra, el buen nombre, la intimidad de las personas y los derechos y libertades que reconoce la Constitución Política;
- e) La protección de la juventud, la infancia y la familia;

f) El respeto a los valores de igualdad, consagrados en el artículo 13 de la Constitución Política. Ministerio de comunicaciones. (1995). *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.* Barranquilla: Congreso de la República.

**ARTICULO 19.** Clasificación del servicio en función de la tecnología de transmisión.

La clasificación en función de la tecnología atiende al medio utilizado para distribuir la señal de televisión al usuario del servicio. En tal sentido la autoridad clasificará el servicio en:

**a) *Televisión radiodifundida:*** es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde la estación transmisora por medio del espectro electromagnético, propagándose sin guía artificial;

**b) *Televisión cableada y cerrada:*** es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario a través de un medio físico de distribución, destinado exclusivamente a esta transmisión, o compartido para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones de conformidad con las respectivas concesiones y las normas especiales que regulan la materia. No hacen parte de la televisión cableada, las redes internas de distribución colocadas en un inmueble a partir de una antena o punto de recepción;

**c) *Televisión satelital:*** es aquella en la que la señal de televisión llega al usuario desde un satélite de distribución directa.

PARAGRAFO. Los concesionarios del servicio de televisión podrán utilizar las redes de telecomunicaciones del Estado para transportar y distribuir la señal de televisión al usuario del servicio, previo acuerdo entre los operadores de las redes y los concesionarios del servicio.

**ARTICULO 20.** Clasificación del servicio en función de los usuarios. La clasificación del servicio en función de los usuarios, atiende a la destinación de las señales emitidas. En tal sentido la Comisión clasificará el servicio en:

**a) *Televisión abierta:*** es aquella en la que la señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación, sin perjuicio de que, de conformidad con las regulaciones que al respecto expida la Comisión Nacional de Televisión, determinados programas se destinen únicamente a determinados usuarios;

**b) *Televisión por suscripción:*** es aquella en la que la señal, independientemente de la tecnología de transmisión utilizada y con sujeción a un mismo régimen jurídico de prestación, está destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas para la recepción.

**ARTICULO 21.** Clasificación del servicio en función de la orientación general de la programación. De conformidad con la orientación general de la programación emitida, la Comisión Nacional de Televisión clasificará el servicio en:

**a) *Televisión comercial:*** es la programación destinada a la satisfacción de los hábitos y gustos de los televidentes, con ánimo de lucro, sin que esta clasificación excluya el propósito educativo, recreativo y cultural que debe orientar a toda televisión colombiana;

**b) *Televisión de interés público, social, educativo y cultural:*** es aquella en la que la programación se orienta en general, a satisfacer las necesidades educativas y culturales de la audiencia.

En todo caso, el Estado colombiano conservará la explotación de al menos un canal de cobertura nacional de televisión de interés público, social, educativo y

cultural. Ministerio de comunicaciones. (1995). *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. Barranquilla: Congreso de la República.*

## **TV Agro**

Según lo visto anteriormente en lo establecido por la ley, Tv Agro produce televisión de carácter comercial, de transmisión por cable y hecha mediante suscripción.

Sin embargo más allá de eso, es un canal de televisión privado e internacional, el cual produce y emite contenidos audiovisuales, que educan e informan, por medio de temáticas concernientes al sector agropecuario y fundamentadas en valores como la responsabilidad social y respeto por el medio ambiente.

Interesados en proyectar una buena imagen del sector agropecuario, confiable, creíble, de actualidad, de compromiso con el entorno y el medio ambiente.

El público objetivo del canal son: ingenieros agrónomos, veterinarios, zootecnistas, administradores agropecuarios, ingenieros agropecuarios y demás personas interesadas en aprender y complementar sus conocimientos en las diferentes temáticas ofrecidas.

## Perfil de Audiencia del canal TV Agro

Ilustración 1 rango de edad de los televidentes del canal Tv Agro.

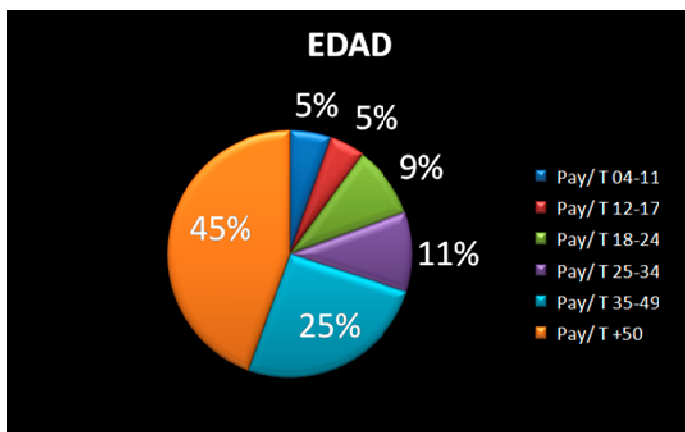


Ilustración 2 porcentaje de género de los televidentes del canal Tv Agro.

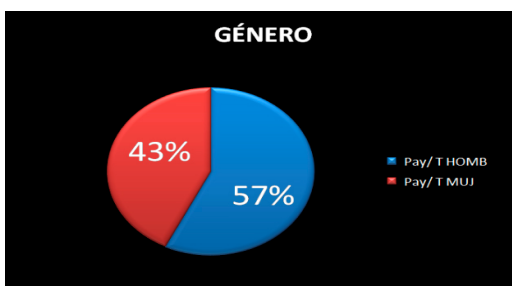


Ilustración 3 Distribución internacional del canal tv agro.

Distribución		
	Numero de sistemas	<b>761</b>
	Número de hogares	<b>4,239,169</b>
Pais	Hogares	Numero sistemas
Argentina	10,000	5
Chile	92,000	26
Colombia	3,151,405	283
Costa Rica	8,500	5
Ecuador	109,000	49
El Salvador	6,000	3
Estados Unidos	2,000	1
Guatemala	64,000	32
Honduras	30,000	15
Mexico	42,000	21
Paraguay	4,000	2
Peru	266,763	116
Republica Dominic	6,000	3
Venezuela	447,501	200
<b>Total general</b>	<b>4,239,169</b>	<b>761</b>

Entre la oferta temática del mundo agropecuario están: Equinos, ovinos, caprinos, flores, hortalizas, frutas, mascotas, pasos agroindustriales entre otros. Desarrollados mediante la

investigación de los procesos, para llevar a cabo cultivos, transformaciones, manejo, optimización, administración del tema en específico, además de información actual, que será parte fundamental para cubrir las necesidades e influir de manera positiva en la teleaudiencia.

TV Agro está dedicado a la producción y emisión de material audiovisual las 24 horas del día, documentando al sector agropecuario; actualizando y capacitando a quienes desarrollan actividades agrarias y pecuarias dentro del sector, promoviendo siempre la importancia del campo a nivel global.

Se describen los aspectos básicos para la realización de un programa de televisión en el canal Tv Agro, en el cual se debe utilizar un lenguaje sencillo que permita la adecuada decodificación del mensaje a un amplio sector de posibles destinatarios.

### **Discurso Narrativo**

La variedad de temas que nos brinda el entorno agropecuario es el catalizador por medio del cual se realizan programas, a través de imágenes apoyadas en relatos, entrevistas, testimonios, procesos certificados y manejos integrales.

El espejo del cotidiano vivir de un campesino, el testimonio de un dueño con su mascota, la investigación exhaustiva de los ingenieros, veterinarios, biólogos y zootecnistas, son la materia prima para contar historias y mostrar realidades nacionales e internacionales.

### **Contenidos**

Nuestra programación se enfatiza en un público objetivo que busca informarse, entretenerse y obtener nuevos conocimientos. Para dicho público buscamos tener los siguientes aspectos:

***De Calidad***

Entregar de manera consistente una imagen y narrativa audiovisual, que cumpla los estándares y requisitos técnicos y tecnológicos de clase internacional.

***Para Toda la Familia***

Contenidos que se estructuran considerando los diferentes segmentos y espacios para toda la familia.

***Programación en Valores***

Comportamiento responsable con el medio ambiente y el entorno.

***Formativos***

Desarrollo de contenidos que promueven el análisis, las competencias, los conocimientos y la solución de problemas en beneficio de la sociedad.

***Innovadores***

Orientación al liderazgo creativo de nuestros productos y de la programación, teniendo en cuenta las necesidades de los televidentes y de la sociedad en general, apuntando a fortalecer los valores institucionales.

**Género Televisivo****Informativo**

Documentan los acontecimientos y las formas en que transcurre la realidad, entre ellos tenemos magazines noticiosos, programas de opinión, crónicas y documentales.

Gloria Saló, en su libro *¿qué es eso del formato?* Encontramos que “es una idea que salió de la mente de un creativo y que tras pasar por las manos de un director, del productor, del realizador..., se vio aclamada y denostada por el espectador.

### **Usos de la Televisión**

La televisión se ha convertido en el fenómeno social más impresionante de la historia de la humanidad, es la práctica para la que menos se prepara a los ciudadanos. Ferrés (1999). Dado el crecimiento de este medio por excelencia de la comunicación social, algunos académicos decidieron estudiar los fenómenos que producía en la sociedad y en los individuos el contenido de la programación que la caja mágica transmitía.

## **Metodología**

Código Equino es un magazín creado para mostrar al espectador, una serie de 24 episodios por temporada, con una duración de 24 minutos, uno de sus objetivos es dar a conocer las diferentes historias, que surgen a partir de las vivencias obtenidas por las personas relacionadas con el trabajo en el campo con los caballos, tocando como aspecto principal el lado humano que nos brinda el medio ambiente, para el desarrollo de la sociedad.

El programa va dirigido principalmente, para el público objetivo del canal TV Agro, que son aquellas personas que se desempeñan en el medio agropecuario, como lo son, los campesinos, ingenieros agropecuarios, zootecnistas, médicos veterinarios, entre otros. Además, por su sentido social, el programa, será un producto atractivo para personas del común, al mismo tiempo servirá como medio de sensibilización para valorar el campo y a quienes viven de él.

Los nuevos programas componentes de este espacio, vendrán cargados de grandes relatos, que dejan de algún modo, una enseñanza para el público, tanto a nivel social, como a nivel técnico. Código Equino es transmitido los días sábados y miércoles a las 11:30 a.m. y 9:30 p.m. por el canal TV Agro.

El equipo de recursos humanos que se necesitará para el desarrollo adecuado de cada programa, constará de un director general, según lo estipula el manual de trabajo del canal TV Agro, quien se encargará de evaluar cada programa y darle una aprobación, o una corrección; luego habrá un realizador, este debe buscar los temas para las historias, hacer una previa investigación, y finalmente, montar la estructura del programa; será necesaria la presencia de un productor durante la preproducción, que sea el encargado de contactar las personas con las

cuales se realizarán los trabajos, además de encargarse de adquirir los recursos necesarios para cada salida de trabajo de campo como lo son los equipos técnicos (cámaras, micrófonos, luces, trípodes, transporte, alimentación etc.); en la parte de producción serán necesarios dos camarógrafos, uno que se encargue de realizar planos fijos y entrevistas, mientras que el otro será el encargado de realizar imágenes en movimiento e imágenes de apoyo. La etapa de pos producción contará con un editor que se encargue del montaje y un diseñador gráfico, que se encargara de graficar algunas partes del programa que necesitan este tipo de trabajo, como lo son el cabezote, y los Promocionales de cada programa.

El procedimiento que se dará en cada etapa será el siguiente:

### **Preproducción**

Se tomarán 5 días de preproducción, donde se efectúe una previa investigación de la historia a contar durante un día completo, recoger datos, hacer un análisis precursor de la rutina de los protagonistas. Con base en esa visita, durante los siguientes cuatro días, se realiza la estructura, es decir el orden en que serán realizadas las preguntas, y el orden en que serán, el guión y la parte escrita del programa.

### **Recursos humanos Preproducción**

Director(a) General: Olga Palacio.

**Realizador(a):** Camilo Chica.

**Productor(a):** Viviana Montoya.

## **Producción**

Para la parte de producción, se utilizarán 5 días, en los cuales se realizarán las grabaciones (algunos programas se llevarán solo 2 días, todo depende de la lejanía de la locación, o de las actividades que desempeñe cada protagonista), durante los primeros días, se grabarán entrevistas en la locación principal, luego vienen las entrevistas en locaciones subalternas, y se finalizarán las jornadas con imágenes de apoyo.

Para los días de producción, se necesitarán dos camarógrafos, y un realizador, basándose en el manual de trabajo de canal Tv agro, el realizador, deberá tener todo previamente escrito para una agilidad en las grabaciones, durante los primeros días de rodaje (en total serían alrededor de 2 a 5), se harán las entrevistas necesarias, a los personajes protagonistas de nuestras historias, y se harán imágenes de apoyo. El camarógrafo que tendrá la cámara estática en trípode, será quien lleve los micrófonos, por ende se encargará del audio, mientras que quien realice las imágenes de apoyo deberá estar más pendiente de la iluminación.

### **Recursos humanos Producción**

Realizador(a): Camilo Chica.

**Productor(a):** Viviana Montoya

**Camarógrafo(a):** Jhon Jairo Muñoz Rojas, Jhovany Aguirre, Jaime Mazo, Sebastián Orozco.

## **Postproducción**

En la parte de postproducción, se hará el trabajo de la siguiente manera, los dos primeros días, serán utilizados para realizar la parte de animación y graficación, dentro de la cual están los siguientes puntos:

Lenguaje: Cuando el programa desarrolle terminología muy técnica, se deben buscar los elementos necesarios para que el televidente inexperto en el tema, asimile fácilmente los conceptos, sin hacer que se vea muy elemental.

-Graficación de notas.

-Guión de edición.

### **Recursos Humanos Postproducción**

Realizador(a): Camilo Chica

**Editor(a):** Juan David Fernández

**Graficación:** Ricardo Vásquez

**Comité De Evaluación:** Mauricio Paucar – Santiago Arias – María I. Henao

## **Manual de Estilo de Código Equino**

### **Identificación del proyecto**

Nombre del Programa: Código Equino.

**Género:** Magazín.

**Público Objetivo:** ingenieros agrónomos, veterinarios, zootecnistas, administradores agropecuarios, ingenieros agropecuarios y demás personas interesadas en aprender y complementar sus conocimientos en las diferentes temáticas ofrecidas.

Duración Total: 24 min

Frecuencia de emisión: Semanal

Número de Capítulos: 24

### **Estructura de los capítulos**

Con una estructura fija, Código Equino se desarrolla siempre con 3 notas, sin embargo, según el tema se maneja con diferentes planteamientos y puntos de giro.

## **Resultados**

El 27 de julio de 2013 se emite el programa número 24, completando así la primera temporada de Código Equino, abriendo el camino para la creación de la segunda temporada que se comenzará a emitir a partir del mes de enero de 2014.

Gratamente durante la primera temporada del programa el grupo de trabajo de Código Equino, tuvo la oportunidad de conocer y retransmitir el conocimiento de alrededor de 74 temas diferentes del sector equino del país y a nivel mundial, gracias a la presencia de invitados internacionales que reforzaron los conocimientos de los expertos nacionales.

La experiencia de realizar cada episodio de Código Equino fue realmente enriquecedora y reveladora a la vez, en la medida en que estaba aprendiendo cada día nuevas cosas que la academia no te enseña, y además poder observar el resultado del trabajo emitido dando resultados y respuesta en la audiencia era muy gratificante.

Comenzar por tocar los temas que se trabajaron en los capítulos del programa

**Código Equino 1-** Emitido el 2 de febrero de 2013 con los siguientes temas: Tipos de Herraduras, Polo e hipoterapia.

En este programa el cubano - Americano Alexi Gutiérrez construyo y nos explico varios tipos de herraduras y su respectivo uso, al tiempo que hacía un llamado al estudio de los miembros del caballo.

En la segunda nota, el jugador de polo Felipe Márquez nos explicaba el deporte del polo.

Y por último Marcela Cano, terapeuta ocupacional nos explicaba como se hacía una terapia por medio del caballo, ahí conocimos el caso de Sebastián, un joven con parálisis cerebral atetósica, su madre nos hablaba de su historia.

**Código Equino 2** – Emitido el 9 de febrero de 2013 con los siguientes temas: Azoospermia, fractura de la tercera falange y chalanería.

Aquí el experto en biotecnologías de la reproducción, el doctor Jesús Hernando Ramos, nos presentó el caso de un caballo que presentaba azoospermia; el médico veterinario Víctor Garnica presentó el caso de un Equino que aquejaba una fractura en la tercera falange de su miembro posterior derecho; finalmente el juez nacional por Fedequinas, Martín Emilio Vélez, nos habló sobre la chalanería un deporte autóctono colombiano, que impulsa la cultura equina en el país.

**Código Equino 3** Emitido el 16 de febrero de 2013 con los siguientes temas: fractura del hueso navicular, preparación físico atlética mediante caminador mecánico y Equinoterapia.

**Código Equino 4** - Emitido el 23 de febrero de 2013 con los siguientes temas: cómo se hace una herradura, preparación físico atlética en piscinas y desmitis del ligamento suspensorio.

**Código Equino 5** – Emitido el 2 de marzo de 2013 con los siguientes temas: caballos usados en la educación experimental, herrería básica y caballo cuarto de milla.

**Código Equino 6** - Emitido el 9 de marzo de 2013 con los siguientes temas: Horsemanship, frenos y competencias de lazo y de barriles.

**Código Equino 7** - Emitido el 16 de marzo de 2013 con los siguientes temas: Aprestamiento, team penning y cólico Equino.

**Código Equino 8** - Emitido el 23 de marzo de 2013 con los siguientes temas: rescate de grandes especies, montadores y ejercicios básicos de picadero.

**Código Equino 9** - Emitido el 30 de marzo de 2013 con los siguientes temas: Día de un vaquero, herramientas para el herraje y programa del adulto mayor a caballo.

**Código Equino 10** - Emitido el 6 de abril de 2013 con los siguientes temas: equilibrio, estudios de heredabilidad y masaje deportivo Equino.

**Código Equino 11** - Emitido el 13 de abril de 2013 con los siguientes temas: Juzgamiento del caballo criollo colombiano, conformación en los Equinos y salto ecuestre.

**Código Equino 12** Emitido el 20 de marzo de 2013 con los siguientes temas: Industria equina, pruebas de progenie y Equinoterapia (caso Alfredo).

**Código Equino 13:** Emitido el 27 de marzo de 2013 con los siguientes temas: Historia del domador de caballos Martín Ochoteco, producción equina e industria equina.

**Código Equino 14** Emitido el 27 de marzo de 2013 con los siguientes temas: Consejos del mejor herrero del mundo, aperos y mini horses.

**Código Equino 15** Emitido el 18 de mayo de 2013 con los siguientes temas: Juzgamiento de los andares del caballo criollo colombiano, adiestramiento natural con Lucy Rees y caballo de trote y galope.

**Código Equino 16** Emitido el 25 de mayo de 2013 con los siguientes temas: trabajo en equipo, adiestramiento natural, arte Equino

**Código Equino 17** Emitido el 1 de junio de 2013 con los siguientes temas: mulas, fomento Equino, sacada de mañas.

**Código Equino 18** Emitido el 8 de junio de 2013 con los siguientes temas: consejos de cabalgata, genética molecular aplicada al genotipado en Equinos, doma Martín Ochooteco

**Código Equino 19** Emitido el 22 de junio de 2013 con los siguientes temas: caballo de rienda, sillas, trocha y galope

**Código Equino 20** Emitido el 29 de junio de 2013 con los siguientes temas: caballo violentado, cuantificación de la variabilidad genética y remate Equino.

**Código Equino 21** Emitido el 6 de julio de 2013 con los siguientes temas: registros, criterios de balance, lenguaje corporal Marín Ochooteco.

**Código Equino 22** Emitido el 13 de julio de 2013 con los siguientes temas: Homenaje a tormento de la Virginia, la cultura francesa del caballo y el caballo de paso fino.

**Código Equino 23** Emitido el 20 de julio de 2013 con los siguientes temas: Industria y actualidad equina en Colombia, Morfometría geométrica y trocha colombiana.

**Código Equino 24** Emitido el 27 de julio de 2013 con los siguientes temas: Resumen de temporada.

## **Conclusiones**

El fenómeno televisivo es muy complejo, lograr encontrar un vínculo con el otro es la labor fundamental que el realizador debe tratar de lograr, esto se logra entendiendo el entorno en el que se desenvuelve el público objetivo del canal.

La eficacia, pertinencia y coherencia radica en la construcción de mi relato y de mi narrativa, donde un código en común me permita establecer un vínculo desde lo afectivo y desde el imaginario colectivo.

Para lograr que los tiempos de producción se agilicen, es necesario contar con un tiempo prudente de preproducción, es en esta etapa donde se puede agilizar el resto de las etapas de desarrollo de un programa de televisión.

El aprendizaje y el crecimiento profesional son más gratificantes, cuando uno como persona no se ponga por encima de otra y esté dispuesto a trabajar duro.

El trabajo en exteriores muchas veces puede presentar dificultades comunicacionales con el grupo de trabajo, lo que hace indispensable las buenas relaciones laborales, para que confluyan las metas en común.

## **Recomendaciones**

Se debe estar siempre atento de los encuadres de los camarógrafos, de monitorear el audio, de revisar baterías, tarjetas, hidratación para evitar malos ratos en el día a día en exteriores.

El Arduo proceso del pietaje de las imágenes, debe ser un paso que el realizador debe agilizar si quiere ganar tiempo en su trabajo, idear formas de trabajo de la mano con los camarógrafos para realizar este tedioso proceso desde la misma producción sería un ideal.

El conocimiento tanto de las teorías sociales como del lenguaje audiovisual, la luz, el sonido

La Corporación Universitaria Lasallista que cuenta con una clínica veterinaria debería utilizar este medio para promover sus servicios.

## Referencias

- Rings, Werner. (1964). *Historia de la televisión*. Barcelona: Zeus.
- Orozco, Guillermo. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Bogotá: Norma.
- Ferrés, Joan. (1994). *Televisión y educación*. Barcelona: Paidós.
- Faus, Ángel. (1995). *La era audiovisual*. Barcelona: Euinsa.
- Meléndez Crespo, Ana. (2001). *La TV no es como la pintan: ¿la maquillamos juntos?*  
México: Trillas.
- Serrano, Martín. (1985). *La mediación de los medios de comunicación*. Barcelona:  
Gustavo Gili.
- Puyal, Alfonso. (2010). *Teoría de la comunicación audiovisual*. Madrid: Fragua.
- Saló, Gloria. (2003) *¿Qué es eso del formato?* Barcelona: Gedisa.
- Martín-Barbero, Jesús. (1998). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Gustavo Gili.

Hartley, John. (2000). *Los usos de la televisión*. Barcelona: Paidós ibérica.

Ministerio de Comunicaciones. (1995). 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. Bogotá: Congreso de la República.