

Producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa “El Mañanero” de Red Uno - Cochabamba en el primer trimestre de 2023

María Fernanda Vargas Ramírez

Boliviana. Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Católica “San Pablo”. Actualmente trabaja como Asistente en Coordinación de Unidades Académicas en la Fundación Educacional San Agustín.

fernandavargasramirez@gmail.com

Código ORCID: 0009-0000-1876-8884

La autora declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.



Vargas, M. (2025). Producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa “El Mañanero” de Red Uno- Cochabamba en el primer trimestre de 2023. *Punto Cero*, año 30 n°50, Junio 2025. Pp 8-27. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Sede Cochabamba.

Resumen

La presente investigación analiza la producción televisiva y el lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba. El estudio surge a raíz del diagnóstico realizado hace dieciséis años por Albert Bustamante (2008), que señala fallas en el cumplimiento de los criterios de producción televisiva. "Red Uno de Bolivia" es elegido por su relevancia como uno de los canales más sintonizados de Bolivia.

La metodología es cualitativa, de tipo descriptivo y diseño prospectivo. Se utilizan técnicas como entrevistas, análisis de contenido y observación participativa. El artículo científico se enfoca en uno de los objetivos específicos que es el lenguaje audiovisual en las producciones del programa «El Mañanero». Se proponen mejoras basadas en entrevistas al equipo de trabajo, y se observa el uso de diferentes planos, ángulos y movimientos de cámara.

Palabras clave: Producción televisiva, Lenguaje audiovisual, Programa de televisión, Red Uno Cochabamba.

TELEVISION PRODUCTION AND AUDIOVISUAL LANGUAGE OF THE PROGRAM "EL MÑANERO" OF RED UNO - COCHABAMBA IN THE FIRST QUARTER OF 2023

Abstract

This research analyzes the television production and audiovisual language of the program "El Mañanero" on Red Uno - Cochabamba. The study arises from the diagnosis made sixteen years ago by Albert Bustamante (2008), which points out failures in compliance with the television production criteria. "Red Uno de Bolivia" is chosen for its relevance as one of the most tuned channels in Bolivia.

The methodology is qualitative, descriptive and prospective in design. Techniques such as interviews, content analysis and participatory observation are used. The scientific article focuses on one of the specific objectives, which is the audiovisual language in the productions of the program "El Mañanero". Improvements are proposed based on interviews with the work team, and the use of different shots, angles and camera movements is observed.

Keywords: Television production, Audiovisual language, Television program, Red Uno Cochabamba.

1. Introducción

Al investigar sobre el formato de programa "revista" o "magazine", Eddymery Bracamonte y Daniele Pasquale explican que este tipo de programas "busca aproximarse a la actualidad, sin llegar a ser un espacio periodístico" (Bracamonte y Pasquale, 2009:30). Esta definición es relevante para comprender el funcionamiento del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, ya que, al ser una "revista matutina", debería equilibrar la información con el entretenimiento. Sin embargo, al observar el contenido, se concluye que no cumple con estas características de manera eficiente. El programa presenta una fuerte inclinación hacia la información, asemejándose más a un noticiero. Por lo tanto, contradice la "teoría" de una revista que debe ser más orientada al entretenimiento.

Por otro lado, la carrera de Comunicación Social forma a los estudiantes en diversas áreas de la comunicación, desde el periodismo hasta la producción audiovisual. El año 2022 la materia de "Laboratorio de Producción" crea un programa en redes sociales titulado "La ComVerStation", que permite a los estudiantes explorar y comprender mejor la producción televisiva y el lenguaje audiovisual. La presente investigación, aborda estos aspectos del programa "El Mañanero". La misma es útil para los universitarios de esta carrera, pues ofrece definiciones claras y levantamientos de datos sobre la producción de contenidos televisivos y el uso del lenguaje visual en los medios.

De acuerdo con el diagnóstico de Albert Bustamante, la producción del programa "El Mañanero" no sigue adecuadamente los criterios del proceso de producción televisiva. Han pasado dieciséis años desde que se realizó este estudio, y es pertinente revisar si la producción ha mejorado o si persisten los mismos problemas. Esto permite evaluar si las observaciones de Bustamante siguen siendo relevantes y qué tipo de avances o retrocesos han tenido lugar en la estructura del programa.

Paralelamente, el alcance de la audiencia ha sido calificado como "bueno" por Ligia Portillo, encargada de redes sociales en Red Uno. En Cochabamba, específicamente en la zona norte la población de treinta años de edad consume más este programa, a diferencia de la zona sud. Sin embargo, a finales de 2021, se logró una mejor audiencia en dicho lugar, pero el alcance no logró las expectativas esperadas, ya que no llegaron ni al 50% del objetivo planteado. A pesar de los esfuerzos, el programa no logra mantener un crecimiento significativo en la zona sur de la ciudad.

En cuanto a su presencia en redes sociales, especialmente en la transmisión en vivo a través de Facebook, los resultados muestran una disminución en la audiencia. Mientras que, entre 2017 y 2020 alrededor de 1000 personas veían la transmisión en vivo, el cambio de horario en 2022 (de 6:00 - 9:00 a 7:00 - 10:00) provocó una caída en la cantidad de espectadores, reduciéndolos a 500, ya que los seguidores que inicialmente estaban acostumbrados a un horario "temprano" podrían no haber ajustado sus hábitos para este cambio. Además, la audiencia en línea se limita mayormente a personas mayores de 25 años, lo que resalta una falta de conexión con audiencias más jóvenes.

Red Uno, a pesar de estos desafíos, sigue siendo uno de los canales más sintonizados en Bolivia, lo que subraya su relevancia en el panorama mediático del país. Este dato es determinante para la presente investigación, ya que, aunque el programa "El Mañanero" enfrenta dificultades en cuanto a su formato y audiencia, sigue siendo un producto destacado dentro de la oferta televisiva matutina nacional. El análisis de su producción y su lenguaje audiovisual; por lo tanto, es una oportunidad para mejorar sus contenidos, identificar áreas de mejora y optimizar su impacto tanto en la televisión como en las plataformas digitales.

Este estudio detalla sobre cómo el programa "El Mañanero" ha evolucionado en términos de producción televisiva, adaptándose o no a los cambios tecnológicos y las demandas de la audiencia. Además, proporciona una reflexión crítica sobre la importancia de la adecuación

del formato de revista en un programa televisivo, en especial cuando se pretende alcanzar una mayor interacción con los espectadores y ofrecer un contenido más equilibrado entre información y entretenimiento. La investigación se basa en objetivos que responden al objetivo general que es analizar la producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba durante el primer trimestre de 2023. Para ello, se plantean los siguientes objetivos específicos: Identificar cuál es la estructura del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba; detallar cómo son las rutinas de trabajo del equipo técnico antes, durante y después del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba y describir las etapas de producción junto al lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba durante el primer trimestre de 2023.

2. Metodología

La metodología de la presente investigación es cualitativa. Se emplea tres técnicas para el levantamiento de datos. Éstos son: Análisis de contenido, entrevistas y observación. En el caso del análisis de contenido, mediante una tabla se analiza los recursos técnicos como: planos, ángulos, movimientos de cámara, sonido, música, efecto de sonido, temperatura de color y la etapa de pre producción, la etapa de producción y la etapa de post producción. Por otro lado, las entrevistas sirven para que los expertos del equipo respondan colaborando a la investigación. Por último, la función de la observación es que mediante nuestra presencia y mediante anotaciones en el cuaderno y fotografías observemos al equipo de trabajo, al espacio y los equipos técnicos que ellos tienen para laburar. De esta manera, se describe las etapas de producción junto al lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba durante el primer trimestre de 2023.

Paralelamente, el tipo de investigación es descriptivo. Catherine Martínez en su texto dice que este tipo de investigación "es usado para describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar" (Martínez, 2022: 1). En el programa se observa las rutinas de trabajo de los trabajadores del canal. Asimismo, se menciona la audiencia que tiene "El Mañanero" éste cuenta como población. También se describe las características de este producto comunicacional. Por otro lado, el estudio es correlacional, ya que en el título se investiga dos variables que son: La producción televisiva y el lenguaje audiovisual. Mari García y Manuel García mencionan que "la investigación correlacional también se enmarca dentro de la metodología no experimental, y su cometido es hallar explicaciones mediante el estudio de relaciones entre variables en marcos naturales, sin que exista la manipulación de variables" (García, M & García, M, 2023:104). En el caso de esta investigación, se requiere analizar estas dos variables mencionadas anteriormente porque una no funciona sin la otra en la realización del programa "El Mañanero" de Red Uno – Cochabamba.

En cuanto al diseño de investigación es cronológica, es decir, tiene un diseño prospectivo. Según los autores del artículo científico

Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño" indican que el diseño con prospectiva "se refieren principalmente al planteamiento de la dirección en el tiempo del estudio, progresiva (hacia delante) o regresiva (hacia atrás) en el tiempo desde el momento en que se inicia el estudio (Veiga, De la Fuente Díez y Zimmermann, 2008:7).

En este estudio se levantan datos del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba durante el primer trimestre de 2023; es decir, enero, febrero y marzo. Es por este motivo que, el diseño es prospectivo. Asimismo, en cuanto al número de mediciones u observaciones, esta investigación es longitudinal. Esto se debe a que el objeto de estudio se enfoca en varias miradas. En otras palabras, se ve diferentes datos en cada mes.

3. Resultados

La investigación tiene tres objetivos que son: Identificar cuál es la estructura del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba, detallar cómo son las rutinas de trabajo del equipo técnico antes, durante y después del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba y describir las etapas de producción junto al lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba durante el primer trimestre de 2023. Por otro lado, el planteamiento de pregunta de investigación es ¿Cómo se desarrolla la producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba durante el primer trimestre de 2023? El equipo alista su producción televisiva un día antes, durante el programa no debe existir fallas y si las hay, deben ser mínimas para que el televidente no las note. En cuanto a su postproducción, es realizada por el equipo de operaciones y el graficador. Respecto a la hipótesis se cumple parcialmente. Esto debido a que se cree que la producción televisiva y el lenguaje audiovisual no tiene las características para cumplir con el formato de revista o magazine. En base al levantamiento de datos, se observa que evidentemente no existe una producción televisiva. Sin embargo, el lenguaje audiovisual del producto televisivo sí cumple con las características teóricas durante la etapa de producción. En esta ocasión, se aborda los resultados correspondientes al tercer objetivo, ya que existe más "riqueza" de información sobre las etapas de producción y el lenguaje audiovisual. Además, se ajusta exactamente con las teorías planteadas por los autores y textos investigados.

¿Qué se entiende por producción televisiva?

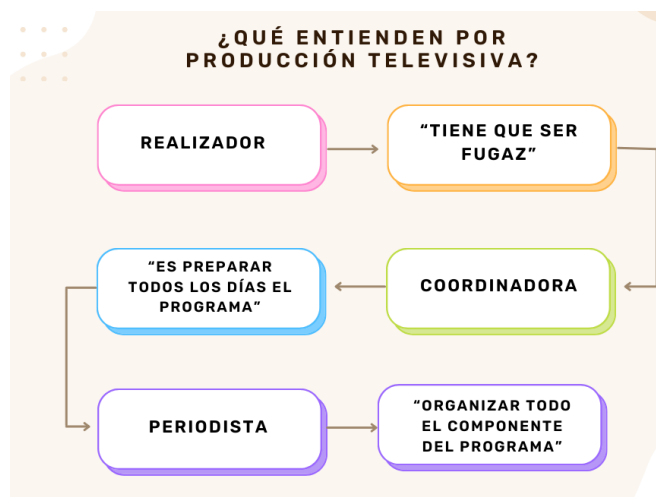
En este subtítulo se consulta a las fuentes que en este caso es el equipo de producción y técnico sobre la producción televisiva. Es importante que ellos sepan una definición básica para que los trabajadores pueden realizar de la forma correcta sus funciones. De esta forma, se hizo una comparación entre el autor de un texto investigado el cual se denomina "El Laboratorio de Televisión como espacio didáctico Manual para usuarios" con los laborantes de Red Uno. Se consulta ¿Qué entienden por producción televisiva? Es en este sentido que el experto indica que

La producción de televisión no es oficio de una persona, sino una labor conjunta que realizan de manera organizada un grupo de personas que trabajan en equipo, lo que exige de una cuidadosa planeación y una gran precisión en la función que realiza cada una de las partes involucradas; combina conocimientos, habilidades, talento, creatividad y disciplina para llegar a un objetivo común: la producción de televisión de calidad (Prado, 2011: 13)

Mientras que el equipo del programa "El Mañanero" de Red Uno – Cochabamba, respondieron de la siguiente manera

Figural

¿Qué entienden por producción televisiva?



Fuente: Elaboración propia, 2025

Se debe aclarar que se toma en cuenta las entrevistas más destacadas. En la figura se puede observar que, si bien no es la misma definición que el experto, pero el equipo tiene base y sabe lo que es la producción televisiva. Esto se debe a la experiencia que adquieren trabajando. El común denominador en las respuestas de los entrevistados son las ideas creativas para tener entretenimiento.

3.1. Mejoras en el programa "El Mañanero"

El programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba tiene 19 años al aire. Sin embargo, existen mejoras que se deben hacer. Las personas adecuadas para sugerir estos cambios son el equipo de producción y el equipo técnico. Es en este sentido que, se procede a realizar las entrevistas a las fuentes. Éstas se representan mediante una infografía.

Imagen 1

Sugerencias del equipo para el programa "El Mañanero"



Fuente: Elaboración propia, 2025

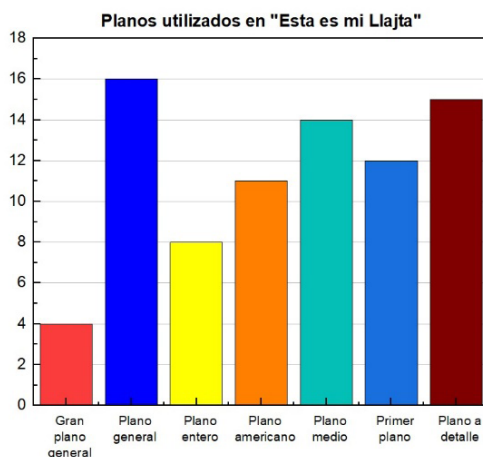
Se debe aclarar que se toma en cuenta las entrevistas más destacadas. De igual forma, se clarifica que no se coloca los nombres de las fuentes para guardar su identidad. Sin embargo, el común denominador son las mejoras en el equipo, asimismo en la comunicación que mantiene el grupo. De esta manera, se obtienen una mejor planificación. Por ende, se consigue mayor variedad en sus sectores priorizando el entretenimiento.

3.2. ¿Cómo manejan el lenguaje audiovisual?

En cada programa se maneja un lenguaje audiovisual específico. Además, esto parte desde las instrucciones del realizador y el jefe de operaciones. Sin embargo, existen ocasiones que la jefa de producción da indicaciones para ciertos planos, si es que amerita la situación.

Gráfico 1

Planos utilizados en el sector "Esta es mi Llajta"



Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Esta es mi Llajta", se utiliza el gran plano general cuando el equipo está en un lugar abierto o cuando hay paisajes para que el televidente pueda observar y describir dónde se encuentra el presentador o reportero. El plano general se usa cuando se abren las unidades móviles o cuando muestran comida. El plano entero, americano y medio se utiliza cuando la presentadora hace entrevistas. El primer plano y plano a detalle se usa cuando demuestran afiches, bebidas, artesanías.

Gráfico 2

Ángulos utilizados en el sector "Esta es mi Llajta"

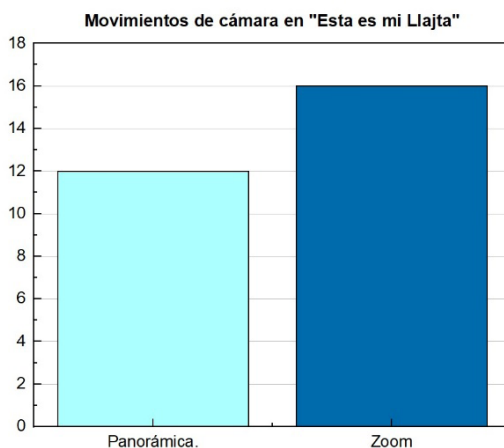


Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Esta es mi Lajta" se recurre con mayor frecuencia al ángulo contrapicado, especialmente al mostrar fachadas, estructuras elevadas o danzas tradicionales. No obstante, el ángulo contrapicado se utiliza con menos repeticiones al presentar alimentos, bebidas, flores o artesanías, debido a que estos productos suelen exhibirse sobre una mesa, lo que requiere una toma distinta que permita al televidente apreciarlos con claridad.

Gráfico 3

Movimientos de cámara en el sector "Esta es mi Lajta"

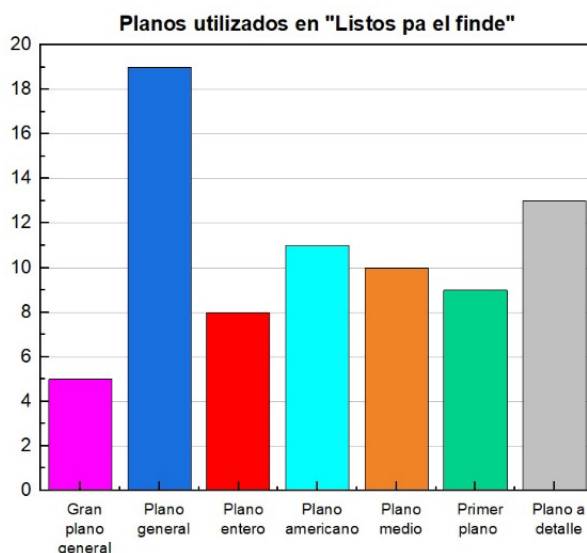


Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Esta es mi Lajta", se utiliza mayormente el zoom. Esto se debe porque existen ocasiones que el camarógrafo quiere mostrar un detalle y está muy lejos. Entonces, procede a hacer este movimiento de cámara. También se usa cuando abren las móviles, para mostrar accesorios, entre otros. En cambio, el panorámico se usa menos porque los trabajadores utilizan al momento de enseñar al televidente paisajes, la variedad de gastronomía o artesanías que se alista e incluso para imágenes de apoyo.

Gráfico 4

Planos utilizados en el sector "Listos pa el finde"

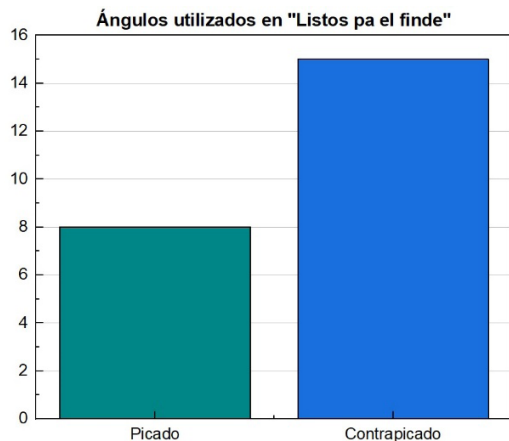


Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Listos pa el finde", se utiliza el gran plano general cuando se abre el sector. De esta manera, se muestra todo el set o el lugar donde se encuentran. El plano general se usa para mostrar a todos los bailarines o músicos. El plano entero, americano y medio se utiliza cuando la presentadora hace entrevistas. El primer plano y plano a detalle se usa cuando demuestran detalles en el rostro, zapateadas, manos.

Gráfico 5

Ángulos utilizados en el sector "Listos pa el finde"



Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Listos pa el finde", se recurre con mayor frecuencia al ángulo contrapicado cuando se presentan grupos musicales o los danzarines van a bailar, la toma se ve más amplia. Además, los televidentes tienen la impresión que en el set hay muchas cámaras. En cambio, el ángulo picado se utiliza con menos repeticiones ya que podrían dañar la imagen y el equipo. Sin embargo, las pocas veces que se hace uso de este ángulo es cuando cantan solistas.

Gráfico 6

Movimientos de cámara en el sector "Listos pa el finde"



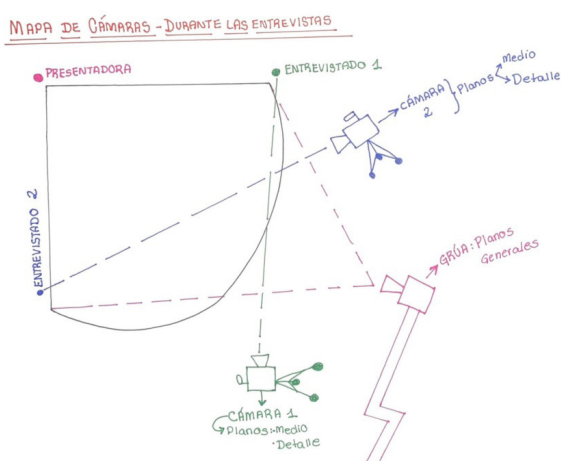
Fuente: Elaboración propia, 2025

En el sector "Listos pa el finde", se utiliza mayormente el zoom, ya que existen ocasiones que el camarógrafo quiere mostrar un detalle. Por ejemplo, el tipo de traje de los invitados, el pañuelo en una cueca, entre otros. Entonces, procede a hacer este movimiento de

cámara. Por otro lado, se usa el zoom cuando abren las unidades móviles, para mostrar los instrumentos de los músicos. En cambio, el panorámico se usa menos ya que los camarógrafos utilizan este movimiento para mostrar a los invitados para que el televidente los identifiquen. Se aclara que, si bien hay más sectores en el programa matutino, estos dos son los más destacados. Es por ese motivo que se decide desglosar en este artículo científico.

Imagen 2

Mapa de cámaras - Durante las entrevistas



Fuente: Elaboración Propia, 2022

Concluyendo la parte de los resultados, recordemos que éstos son datos específicamente del tercer objetivo. La variable es "fases de producción", se tiene como categorías: Pre producción, producción, post producción, lenguaje audiovisual y sugerencias para el programa. Los indicadores son los siguientes: mediciones en las etapas de producción, planos, movimientos de cámara, ángulos, temperatura de color, música, bueno, malo e indiferente.

De esta manera, se resalta el lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba. Es decir que, si bien se debe mejorar en la producción televisiva y el entretenimiento, el lenguaje audiovisual es muy bueno. Esto se sabe porque mediante el análisis de contenido que se realiza a los programas emitidos, se puede observar los diferentes tipos de planos (Gran plano general, plano general, plano entero, plano americano, plano medio, primer plano, plano a detalle), movimientos de cámara (Panorámica, traveling y zoom), tipos de ángulos (Picado y contrapicado), música y la

variedad de luces (Luces en parrilla, luces parlet, luces en barra, luces robóticas y luces en cinta), que usan durante la etapa de producción. Recordemos que el lenguaje audiovisual que engloba tipos de planos, movimientos de cámara, ángulos, música y temperatura de color depende el sector que están transmitiendo. Por ejemplo, en las entrevistas de 7:00 a 7:30 de la mañana se usa dos cámaras y una grúa donde utilizan planos medios, a detalle y general. También se destaca el desplazamiento del equipo técnico y equipo de producción.

4. Discusión teórica

La investigación aborda dos variables que son: producción televisiva y lenguaje audiovisual. Sin embargo, en el presente artículo científico se enfocó netamente en el lenguaje audiovisual, ya que corresponde al tercer objetivo del estudio. De esta manera, es importante conocer definiciones de expertos para saber si el programa "El Mañanero" de Red Uno – Cochabamba cumple con ello.

4.1. Aspectos morfológicos

Al momento de realizar el levantamiento de datos con la técnica de observación, se constata que en control central hay un espacio para el área de sonido e iluminación. Además, los conductores utilizan un tipo de voz para cada nota periodística. Por ejemplo, hay tonos felices, tristes y serios. Asimismo, el ingeniero en sonido se encarga de colocar una música distinta para complementar el tipo de nota periodística que están presentando. Algunos ejemplos son: canciones divertidas como "El bus de la alegría" que es característico de Red Uno ya que ellos tienen una campaña navideña, o canciones del género "folclore" cuando presentan el sector "Esta es mi Lajta". Es importante saber cuándo utilizar un tipo de música. El texto de Taller de Producción de Mensajes indica que los aspectos morfológicos se componen de los siguientes elementos: "Elementos visuales, por ejemplo, figurativos, esquemáticos, abstractos y elementos sonoros como ser voz, música, efectos, silencio" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:2). Por lo tanto, el equipo de operaciones cumple sus funciones a cabalidad según la teoría del experto. Añadiendo más datos sobre la observación que se realiza durante la transmisión del programa "El Mañanero" de Red Uno – Cochabamba, los conductores también usan diferentes tonos de voz en menciones comerciales según lo que el cliente requiera.

4.2. Aspectos sintácticos

Esta cita sirve para realizar una definición correcta sobre los aspectos sintácticos utilizados en la televisión. El realizador de Red Uno Cochabamba estudió sobre estos aspectos. De esta manera, sabe cómo manejar los elementos visuales de una mejor forma. Según el texto que se investiga menciona que los aspectos sintácticos son: "Planos, ángulos, composición, profundidad de campo, ritmo, continuidad, signos de puntuación, iluminación, colores, intensidad de sonido, textos, movimientos del objetivo: físicos, ópticos" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:2).

En los hallazgos de este estudio se pudo constatar que en el programa "El Mañanero" de Red Uno – Cochabamba, cumple con la mayoría de estos elementos porque utilizan todos los planos, ángulos, y entre otros aspectos sintácticos que fueron observados en la tabla de análisis de contenido. Cuando se elabora la herramienta para levantar datos, se toma en cuenta los siguientes aspectos sintácticos: Planos, ángulos, movimientos de cámara, sonido, música, efecto de sonido y temperatura de color. Éstos son usados por el equipo de operaciones al momento de realizar el programa.

4.2.1. Planos

Mediante la técnica de observación se constata que durante la transmisión del programa "El Mañanero" se utilizan diferentes planos como ser: Gran plano general, plano general, plano entero, plano americano, plano medio, primer plano y primer plano. El realizador se encarga de esta labor. Según el texto que se consulta, define a los planos como "la proximidad de la cámara a la realidad cuando se realiza una fotografía o se registra una

toma" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:4). Es importante que tengan cambios de planos cada cierto tiempo porque los televidentes se aburren. Además, tienen que hacer uso de su lenguaje audiovisual y aprovechar el número de cámaras que tienen en el set.

4.2.1.1. Planos descriptivos

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, se utilizan los planos descriptivos cuando se da paso a las unidades móviles como ser: El sector "Esta es mi Llajta", al momento que los danzarines bailan dentro del set o en exteriores. En el texto de Taller de Producción de Mensajes, explica que "su función principal es describir personajes o el entorno en el que se desenvuelve" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:4). Igualmente, el realizador junto a los camarógrafos utilizan estos planos descriptivos para presentar otros sectores, por ejemplo, al promocionar ferias gastronómicas fuera del set. Por lo tanto, los resultados de los planos descriptivos comparado con el texto consultado coinciden.

4.2.1.1.1. Gran Plano General

Durante la transmisión del programa, el realizador y los camarógrafos no utilizan con frecuencia el gran plano general, ya que al usar este plano el televidente se distrae con los objetos o decoraciones del set. Según el texto de Taller de Producción de Mensajes, dice que una de las características del gran plano general es que "hay mucha distancia entre la cámara y el objeto que se registra" (Taller de Producción de Mensajes, 2022: 4) Entonces, entre el resultado y la teoría de un experto tienen una coincidencia similar. No obstante, en el producto televisivo, se emplea este plano en sus sectores entretenidos. Uno de ellos es "Esta es Mi Llajta". Asimismo, también usan cuando hay programas especiales. De esta manera, el televidente puede describir dónde se encuentra el presentador o reportero.

Imagen 3

Gran Plano General



Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.1.1.2. Plano General

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, se utiliza este plano cuando existen bailes en el set o cuando abren una unidad móvil para el sector de "Esta es mi Llajta". En este estudio se usa este fragmento para conocer la teoría sobre el plano general. Es en este sentido que, según el texto de Taller de Producción de Mensajes, menciona que en el plano general "se puede distinguir los personajes. [...] Y permite apreciar bastante bien la acción que se desenvuelven los personajes [...]" (Taller de Producción de Mensajes, 2022: 4). Al igual que el gran plano general, al utilizar el plano general, el televidente puede describir dónde se encuentra el periodista o la presentadora

Imagen 4

Plano General



Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

En el producto televisivo se usa este tipo de planos cuando se inicia el programa. Sin embargo, son pocos los minutos a utilizarse. Posteriormente, es empleado en unidades móviles cuando hay bloqueos o se informa el clima y el congestionamiento vehicular e incluso en sectores donde hay entretenimiento. Por ejemplo, un "sketch" cómico, cuando los artistas presentan una nueva canción, entre otros.

4.2.1.2. Planos narrativos

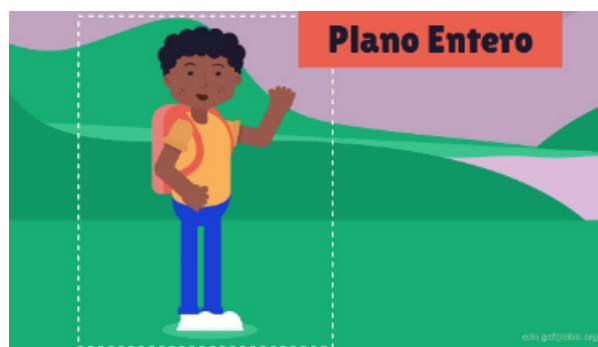
El realizador y los camarógrafos usan los planos narrativos cuando los conductores presentan noticias, o cuando están abriendo unidades móviles. Éstos van alternando según lo que el jefe de operaciones indica. El texto de Taller de Producción de Mensajes define a los planos narrativos a la "narración de la acción que se desenvuelve en el personaje" (Taller de Producción de Mensajes, 2022.: 5). En el producto televisivo, no solamente se debe mostrar el paisaje para describir dónde se encuentra el presentador o reportero, sino también mientras realizan las unidades móviles se narran historias. Esto se consigue con los diferentes planos que ayudan a dar un mayor énfasis a lo que se hace.

4.2.1.2.1. Plano entero

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba se usa el plano entero mayormente cuando abren las unidades móviles. En el texto de Taller de Producción de Mensajes, se indica que el plano entero "puede tener límites de la pantalla, la cabeza y los pies del personaje principal" (Taller de Producción de Mensajes, 2022.:5). En el set del producto televisivo, se emplea este plano cuando mandan a comerciales o propaganda. Asimismo, cuando graban avances.

Imagen 5

Plano Entero



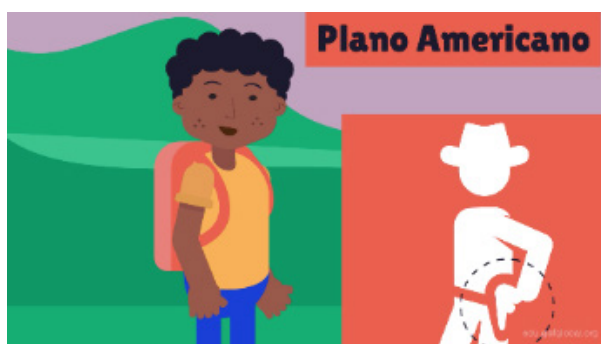
Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.1.2.2. Plano americano

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba se utiliza el plano americano cuando realizan entrevistas en los sectores de entretenimiento. Por ejemplo, en "Esta es mi Llajta", bailes en el set, presentaciones de grupos musicales como la Banda Municipal de Cochabamba. El texto de Taller de Producción de Mensajes, menciona que el plano americano "se muestra a los personajes desde la cabeza hasta las rodillas. [...] En este plano lo que interesa es mostrar la cara y manos." (Taller de Producción de Mensajes, 2022: 5). En el producto televisivo para sacar provecho al plano americano, se emplea cuando los presentadores están en los sectores de entretenimiento. Por ejemplo, en "Esta es Mi Llajta". Ellos pueden estar agarrando en su mano alguna artesanía o pueden estar con un sombrero artesanal y la cámara enfoca el objeto.

Imagen 6

Plano Americano



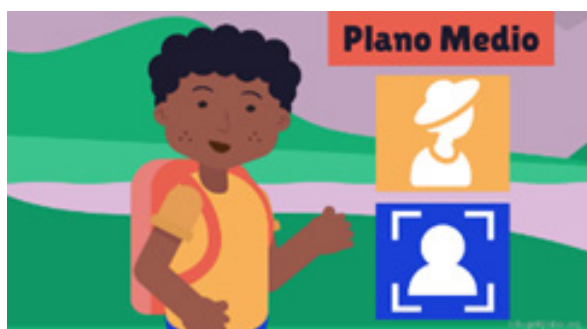
Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.1.2.3. Plano medio

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, se utiliza el plano medio cuando realizan entrevistas y cuando los presentadores están parados. Asimismo, cuando algún artista está tocando algún instrumento o cantando. Pocas veces usan cuando los bailarines danzan. El texto de Taller de Producción de Mensajes, dice que en el plano medio "se presenta el personaje de cintura para arriba" (Taller de Producción de Mensajes, 2022: 5). Los camarógrafos realizan este plano en varios momentos del producto televisivo. Incluso para que el televidente pueda tener el mismo sentimiento que se quieren transmitir. Por ejemplo, en los sectores de entretenimiento se transmite la alegría.

Imagen 7

Plano Medio



Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

En el producto televisivo se utilizan estos planos narrativos cuando el presentador se dirige al público. Por ejemplo, en el caso del plano entero también se utiliza cuando envían a pausa. El plano americano y medio son los más utilizados cuando comentan notas periodísticas o cuando realizan menciones.

4.2.1.3 Planos expresivos

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, se utiliza los planos expresivos cuando las personas están demostrando emociones fuertes. Por ejemplo, el llanto, éste se puede ver en una entrevista en el set. Por otro lado, la felicidad, ésta se puede observar cuando bailan o cuando modelan los invitados. El texto de Taller de Producción de Mensajes, indica que la "función principal de los planos expresivos es mostrar las emociones de los personajes." (Taller de Producción de Mensajes, 2022:5). En el producto televisivo es importante no sólo mostrar imágenes, sino transmitir al televidente emociones. De esta manera, se puede ganar incluso hasta rating.

4.2.1.3.1. Primer plano

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba se utiliza el primer plano con poca frecuencia. Por ejemplo, cuando están bailando o tocando algún instrumento. El texto de Taller de Producción de Mensajes, indica que el primer plano, "sirve para destacar las emociones y los sentimientos de los personajes" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:6). En el producto televisivo, se emplea este plano cuando se quiere expresar algún sentimiento. Por ejemplo, como anteriormente se mencionó a los artistas, se realiza este acercamiento para denotar alegría.

Imagen 8

Primer Plano



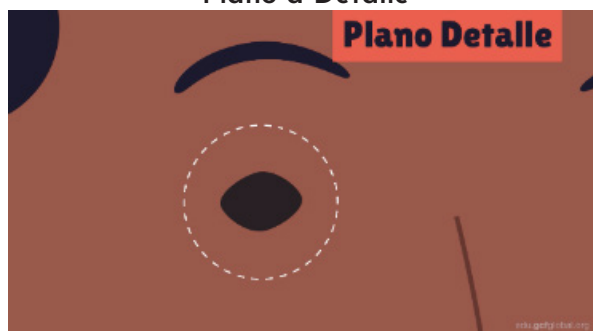
Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.1.3.2. Plano a detalle

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba se utiliza el plano a detalle cuando realizan los sectores: "Esta es mi Llajta", "El platito mañanero", "Del productor al consumidor", bailes dentro y fuera del set. El texto de Taller de Producción de Mensajes, se menciona que el plano a detalle "muestra un objeto o personaje." (Taller de Producción de Mensajes, 2022:6). Este tipo de plano es ideal cuando hay entrevistas de ferias artesanales o de gastronomía. Ya que se puede mostrar de mejor manera lo que se está promocionando. Además, es para hacer desear la gastronomía al televidente.

Imagen 9

Plano a Detalle



Fuente: Recuperado de "Planos fotográficos en función del protagonista" (s.p), GCF Global, (2022)

Como todo producto televisivo se necesita utilizar planos expresivos. Esto es para demostrar emociones al televidente. En el programa "El Mañanero" se emplea el primer plano y plano a detalle cuando son noticias de ayuda o entrevistas comerciales entre otros casos.

4.2.2. Ángulos

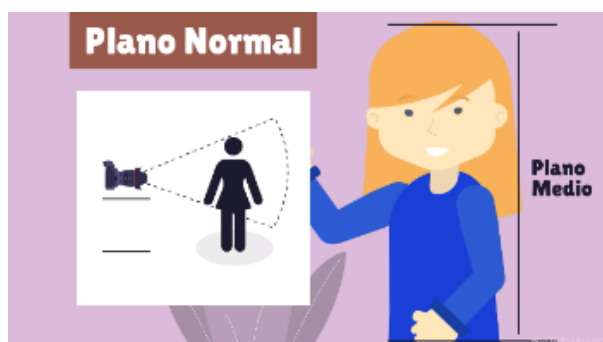
En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, utilizan diferentes ángulos cuando realizan la etapa de la producción. Éstos pueden ser sectores, entrevistas, entre otros. El texto de Taller de Producción de Mensajes, menciona que "el ángulo imaginario forma una línea que sale perpendicular al objetivo de la cámara y que pasa por la cara del personaje principal" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:6). El uso de los ángulos es importante en cualquier producción y no solamente televisiva. Al igual que los planos expresivos, hay ocasiones que mediante el uso de los ángulos pueden demostrar sentimientos al televidente.

4.2.2.1. Ángulo normal

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, utilizan el ángulo normal con más frecuencia cuando están en entrevistas serias, cuando mandan a una nota periodística o cuando mandan a pausa. El texto de Taller de Producción de Mensajes, dice que para el ángulo normal "la cámara estará situada aproximadamente a la altura de la mirada de la persona" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:6). En el producto televisivo si bien se utiliza con mucha frecuencia este ángulo, los camarógrafos procuran que no se quede con un ángulo normal porque aunque exista cambios de planos los televidentes no aprecian la variedad de lenguaje audiovisual.

Imagen 10

Plano Normal



Fuente: Recuperado de "Planos según el ángulo de la cámara" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.2.2. Picado

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, utilizan el ángulo picado al momento de usar la grúa para mostrar bailes o artistas que van al set. Por otro lado, se usa una cita sacada del texto de Taller de Producción de Mensajes, dice que el ángulo picado "se obtiene cuando la cámara realiza un encuadramiento desde arriba hacia abajo" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:7). Este tipo de ángulo también se emplea cuando muestran comidas, bebidas o artesanías. Es decir, cuando la producción alista utilería en mesa.

Imagen 11

Plano Picado



Fuente: Recuperado de "Planos según el ángulo de la cámara" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.2.3. Contrapicado

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, utilizan el ángulo contrapicado al momento de realizar tomas lejanas. Por ejemplo, la fachada de una iglesia donde quieren realizar un plano a detalle sobre la cruz que está en la parte más alta de esta construcción. El texto de Taller de Producción de Mensajes, explica que "se obtiene este ángulo cuando la cámara realiza un encuadramiento de abajo hacia arriba" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:7). También se emplea el contrapicado cuando hay bailes en el set o en el exterior. Al igual que cuando van a presentarse artistas en el canal.

Imagen 12

Plano Contrapicado



Fuente: Recuperado de "Planos según el ángulo de la cámara" (s.p), GCF Global, (2022)

4.2.2.4. El aire

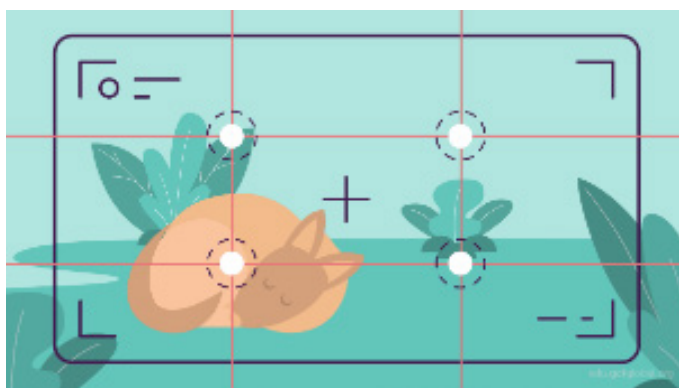
En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, durante sus unidades móviles cuando tienen que encuadrar al periodista o presentador, mayormente no tienen el error que en la toma exista aire. El realizador se encarga de que los camarógrafos no cometan estas fallas durante la transmisión. El Taller de Producción de Mensajes define al aire como "al espacio más o menos vacío que se deja entre los sujetos principales que aparecen en una imagen y los límites del encuadre" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:8). En el producto televisivo, cuando los presentadores están en el set, hay pocas ocasiones que existen aires. Sin embargo, éstos siempre respetan la regla de los tercios.

4.2.2.5. Regla de los tercios

En el programa "El Mañanero" de Red Uno - Cochabamba, los camarógrafos junto al realizador saben de este concepto. La mayoría tiene estudios en comunicación social y al personal que aún no tienen estudios en el área, brindan una capacitación. La regla de los tercios es importante saber su definición. De esta manera, saben dónde situar al personaje principal. Es en este sentido que, en el texto de Taller de Producción de Mensajes indica que "los personajes u objetos principales tendrían que estar colocados en las intersecciones resultantes de dividir la pantalla en tres partes iguales de manera vertical y tres de manera horizontal" (Taller de Producción de Mensajes, 2022:8). Sin saber la teoría o base de los tercios, no se puede emplear el uso de los planos. Es por este motivo que, es una de las primeras lecciones que se estudia en comunicación, producción, fotografía, entre otros.

Imagen 13

Regla de los tercios



Fuente: Recuperado de "Composición fotográfica" (s.p), GCF Global, (2022)

En el programa "El Mañanero" se cumple con la regla de los tercios al momento de utilizar planos y ángulos. Esto va de la mano en la composición de las imágenes. Por ejemplo, al momento de querer mostrar un accidente vehicular se tiene cuidado para que las imágenes no sean impactantes.

4.2.3. Sonido

Durante la etapa de producción se constata que la mayoría del equipo realiza sus funciones en control central. Debido a que el realizador y la jefa de producción dan órdenes al encargado de sonido. Un experto indica que "las operaciones relativas al audio se centralizan en un área próxima a la zona de realización, donde se localizan las fuentes de sonido auxiliar, los generadores de efectos de audio y la mesa de mezclas de audio digital" (Forcén. 2022: 13).

En el equipo del programa "El Mañanero" la mayoría tiene estudios y conocimientos en comunicación social. Sin embargo, el encargado de colocar música, efectos de sonido, entre otros; tiene experiencia en ingeniería de sonido. Es importante la labor que realiza el trabajador porque sin la práctica que él tiene en el área, las transmisiones serían

lineales. No obstante, Carlos Hornelas dice que el equipo de toma de sonido es "bajo la supervisión del técnico de audio. Jirafistas personales que sitúan los micrófonos, maneja los equipos sonoros de cintas y discos, etcétera." (Hornelas, 2001: 48). En cambio, en el caso del laborante en sonido se encarga de entregar micrófonos a los presentadores y a los coordinadores cuando tienen invitados en el set. Además, otra de sus funciones es realizar las pruebas de audio para la unidad móvil y posteriormente dar retorno a los periodistas o presentadores.

5. Conclusiones

En cuanto a las conclusiones, se tiene como planteamiento de pregunta ¿Cómo se desarrolla la producción televisiva y lenguaje audiovisual del programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba durante el primer trimestre de 2023? Ya que la hipótesis es que el programa no cumple como revista o magazine puesto que hay más información periodística que entretenimiento.

Respecto al primer objetivo, se constata que de los ocho sectores que tiene el programa que son para entretener al público, solamente se destacan: "Esta es mi Llajta", "Bailes", "Listos pa el finde", "Del productor al consumidor" como los que tienen mayor producción televisiva. Sin embargo, durante el primer trimestre de 2023 el programa "El Mañanero" de Red Uno Cochabamba no genera el suficiente entretenimiento al público. Esto se debe a que el sector más repetido es "Esta es mi Llajta" que aparece cinco veces durante el mes de febrero. Pero para ser un programa magazine, debe existir mayor producción televisiva. El producto televisivo cuenta con 8 sectores. Éstos son: "Consultorio médico", "Tips", "Gabinete psicológico", "Platito mañanero", "Listos pa el finde", "Esta es mi Llajta", "Del productor al consumidor" y "Reconociendo a". Pero, además, cuenta con espacios publicitarios.

En cuanto al segundo objetivo, en los resultados se obtiene que el equipo organiza y planifica el orden de su programa para que no exista errores al aire y si los hay, éstos son mínimos. Además, que, el equipo técnico tiene la tarea de que estas fallas no se hagan notorias para el televidente. Asimismo, los equipos técnicos como ser: cámaras, mesa de realización, set de televisión, entre otros; falta mejorar. Sin embargo, no es un impedimento para los trabajadores más al contrario, saben sobrellevar estas falencias.

Finalmente, en el tercer objetivo, se constata que tanto como el equipo de producción como el equipo técnico de operaciones si bien no definen los conceptos tal y como describen los textos que se consulta para la investigación, ellos tienen base y saben la definición de producción televisiva y lenguaje audiovisual. Por otra parte, como mejoras en el programa "El Mañanero", los laborantes coincidieron que se debe mejorar la comunicación como equipo para obtener una mejor planificación en el trabajo y que mantengan el equilibrio entre información y entretenimiento. En cuanto al lenguaje audiovisual, se considera como "muy bueno", ya que cumplen a cabalidad con la teoría de varios autores o expertos en el tema. Como se muestra en el análisis realizado, de acuerdo a la situación o necesidad de mostrar ya sea a los conductores, invitados y productos de ferias que se deben destacar, se utilizan los diferentes planos como ser: narrativos, descriptivos o expresivos. Asimismo, ocurre con los ángulos que ayudan a fortalecer o modificar el punto de vista del televidente. Se afirma este resultado porque se analiza el contenido a 32 programas emitidos. La muestra inicial son 66 programas. De ese total se elige para la muestra de la investigación las emisiones que tienen producción televisiva cumpliendo las tres etapas de producción. Es en este sentido que, se selecciona 32 programas emitidos. Sin embargo, se debe aclarar que por mes se toma en cuenta los siguientes programas: 9 en enero, 12 en febrero y 11 en marzo.

Referencias Bibliográficas

Fuente de textos:

- Bracamonte, E; Pascuale, D. (2008). El magazine televisivo y su producción. Universidad Central de Venezuela. Caracas. En: <https://docplayer.es/11255444-El-magazine-televisivo-y-su-produccion.html>
- Bustamante, A. (2008). Propuesta de mejoramiento del proceso de producción televisiva, en el programa el mañanero de canal 9, red uno de Bolivia. Universidad Católica Boliviana "San Pablo". Bolivia.
- Forcén, P. Emisora de televisión local. En: canal de television.pdf
- García, M; García, M. Los métodos de investigación. En: <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-135806/12%20metodologc3ada-1-garcia-y-martinez.pdf>
- Hornelas, C. (2001). Diplomado en Producción de TV y video educativos. Centro de entrenamiento de televisión educativa. México. En: Realizacion de Television en estudio.pdf
- Martínez, C. (2003). Investigación Descriptiva: Tipos y Características. En: <https://www.docsity.com/es/docs/metodologia-de-la-investigacion-bph/11087336/>
- Prado, J. (2011). El Laboratorio de Televisión como espacio didáctico Manual para usuarios. Universidad de Guadalajara. México. En: https://cuci.udg.mx/sites/default/files/adjuntos/manual_de_television.pdf
- Taller de Producción de Mensajes. (2022). Lenguaje audiovisual. En: https://www.academia.edu/10324959/Tpm_lenguaje_audiovisual
- Veiga, J; De la Fuente Diez, E; Zimmermann, M. (2008). Modelos de estudios en investigación aplicada: conceptos y criterios para el diseño. En: <https://scielo.isciii.es/pdf/mesetra/v54n210/aula.pdf>

Fuente de las entrevistas:

- Adriana Rodríguez. 2023. Comunicación personal. 4 de abril.
- Fernando Aguilar. 2023. Comunicación personal. 4 de abril.
- José Felipez. 2023. Comunicación personal. 24 de marzo.
- Marleny Ramos. 2023. Comunicación personal. 23 de marzo.
- Oswaldo Vargas. 2023. Comunicación personal. 4 de abril.

Fuentes de las imágenes:

- GCG GLOBAL. (2022). Planos fotográficos en función del protagonista. En: <https://edu.gcfglobal.org/es/curso-de-fotografia-digital/tipos-de-planos-fotograficos/1/#>
- GCG GLOBAL. (2022). Planos según el ángulo de la cámara. En: <https://edu.gcfglobal.org/es/curso-de-fotografia-digital/planos-fotograficos-angulo-de-la-camara/1/#>
- GCG GLOBAL. (2022). Composición fotográfica. En: <https://edu.gcfglobal.org/es/curso-de-fotografia-digital/composicion-fotografica/1/#>