

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LINCENCIADA EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN PRENSA, RADIO Y
TELEVISIÓN

DISEÑO DE UN PROYECTO DE TELEVISIÓN DE CULTURA CULINARIA DEL
ECUADOR

ANA LÍA BORJA BERMEO

DIRECTORA: DRA. LOURDES PÉREZ VILLAREAL

QUITO, 2013

Agradecimientos

A mi familia por apoyarme durante el proceso de escritura de este trabajo y por su ayuda incondicional durante toda mi carrera.

A Lourdes Pérez por su ayuda oportuna y por aceptar dirigir esta disertación. A los lectores Carolina Larco y Pablo Escandón, quiénes me ayudaron a mejorar mi trabajo.

Tabla de contenido

AGRADECIMIENTOS	II
TABLA DE CONTENIDO	III
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. TELEVISIÓN PÚBLICA Y CULTURAL	6
1.1. Televisión pública y cultural en el mundo	6
1.1.1. Televisión en Europa y modelo público	8
1.1.2. Televisión en Estados Unidos y modelo comercial	10
1.1.3. Crisis de la televisión pública	12
1.1.4. Evolución del modelo público	14
1.1.5. Canales culturales en el modelo público	17
1.2. Televisión pública y cultural en América Latina	20
1.2.1. Televisión en Ecuador	24
1.2.2. Propuesta y necesidad de una televisión pública y cultural	26
1.3. Programas de televisión sobre cocina	34
1.4. Programas de televisión sobre cocina ecuatoriana	38
CAPÍTULO II. POSIBILIDADES DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN CULTURAL DE COCINA ECUATORIANA BASADO EN LA TELEAUDIENCIA	40
2.1. Introducción al estudio de diagnóstico	40
2.1.1. Objetivos	40
2.1.2. Métodos de recolección de información	41
2.1.3. Variables del diagnóstico	42

2.1.3.1.	<i>Variables de datos generales</i>	42
2.1.3.2.	<i>Variables específicas</i>	42
2.2.	<i>Técnicas de recolección de información</i>	43
2.3.	<i>Análisis de Resultados del diagnóstico</i>	46
2.3.1.	<i>Análisis de variables de datos generales</i>	46
2.3.1.1.	<i>Edad y género de la población</i>	48
2.3.1.2.	<i>Nivel de instrucción</i>	49
2.3.1.3.	<i>Canales de acceso</i>	50
2.3.1.4.	<i>Problemas y necesidades comunicativos</i>	51
2.3.2.	<i>Análisis de variables de datos específicos</i>	53
2.3.2.1.	<i>Valoración de tv nacional (señal abierta)</i>	53
2.3.2.2.	<i>Valoración de Ecuador TV</i>	54
2.3.2.3.	<i>Preferencias de género televisivo</i>	56
2.3.2.4.	<i>Preferencia de formatos de entretenimiento</i>	57
2.3.2.5.	<i>Preferencia de formatos de Información:</i>	58
2.3.2.6.	<i>Características de programas de cocina:</i>	60
2.3.2.7.	<i>Preferencias de programas de cocina</i>	62
2.3.2.8.	<i>Grado de interés en el tema (proyecto)</i>	64
2.3.2.9.	<i>Preferencias de contenido para el proyecto</i>	66
2.3.2.10.	<i>Preferencias de formato para el proyecto</i>	68
2.3.2.11.	<i>Preferencias de conducción</i>	69
2.3.2.12.	<i>Preferencias de tratamiento audiovisual del proyecto.</i>	71
2.3.2.13.	<i>Preferencia de Horario:</i>	72
2.4.	<i>Conclusiones del diagnóstico</i>	72

CAPÍTULO III. DISEÑO DEL PROGRAMA	78
3.1. Propuesta del programa	78
3.1.1. Aspectos generales	78
3.2. Contenido	81
3.3. Formato	83
3.4. Tratamiento temático	84
3.4.1. Guión y tratamiento	87
3.4.2. Esquema de tratamiento.....	88
3.5. Tratamiento audiovisual	90
3.5.1. Cámaras y toma de imágenes	91
3.5.2. Planos	91
3.5.3. Movimientos de cámara	92
3.5.4. Locaciones	93
3.5.4.1. Ambientación:	94
3.5.4.2. Scouting.....	94
3.5.5. Iluminación	95
3.5.6. Grafismo y fotomontaje:	96
3.5.7. Sonido.....	97
3.5.7.1. Voz o palabra hablada	97
3.5.7.2. Música	98
3.5.7.3. Sonido ambiente	99
3.6. Equipo humano y concepción de la producción	99
3.6.1. Equipo humano	99
3.6.2. Concepción de la producción	102

3.6.2.1. <i>Organización del rodaje</i>	102
3.6.2.2. <i>Presupuesto:</i>	104
3.7. <i>Conducción</i>	106
3.7.1. <i>Consideraciones para Casting de conductor</i>	106
3.7.2. <i>Consideraciones para casting de cocineros invitados</i>	107
CONCLUSIONES	109
BIBLIOGRAFÍA	112
ANEXOS	115

Introducción

La idea de realizar este proyecto surgió del afán de que se conozca la diversidad culinaria del país y su importancia como elemento de identidad. Esta disertación consiste en la propuesta de un programa de televisión de cocina ecuatoriana, tratado desde un enfoque cultural.

La comida es parte de la construcción simbólica de una sociedad, codifica los sentidos desde una particular racionalidad, por lo que, los rasgos de la comida son también rasgos de la cultura¹. Sin embargo, en la oferta de televisión abierta, la mayoría de los programas y segmentos dedicados a este tema, no tratan a la cocina ecuatoriana desde un sentido de contexto histórico o cultural, sino que aparece esporádicamente en la oferta televisiva de señal abierta y, generalmente, se la presenta desde una visión comercial.

Igualmente, los programas de televisión sobre cocina y gastronomía son populares en la televisión comercial y, sobre todo, en los canales especializados de la televisión por cable que oferta muchas propuestas relacionadas con el tema, hay gran variedad de programas de cocina con diferentes temáticas, formatos, conducciones. La industria del entretenimiento televisivo ha posibilitado la proliferación de programas de cocina con nuevos y variados espacios dedicados a este tema. Existen diversos canales especializados en cocina, un ejemplo es *El Gourmet*, canal que forma parte de la cadena Pramer (Productora América), una de las empresas productoras más importantes del mundo hispano parlante.² De esta forma, la mayoría de programas de cocina que se emiten por cable están enfocados a públicos

¹ Delgado Salazar Ramiro, *Comida y Cultura: identidad y significado en el mundo contemporáneo*. Internet. <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/586/58636104.pdf>. Acceso: 7 de mayo 2011.

² Pramer. Internet. <http://www.pramer.tv/>. Acceso: 7 de mayo 2011

especializados que usan formatos de entretenimiento y no tratan a la cocina como símbolo cultural o de identidad.

Por otra parte, cabe mencionar que el modelo de televisión comercial predomina en el mundo. Si bien la primera televisión pública en Europa estuvo marcada por un concepto educativo, y hasta mediados de los años sesenta este modelo obtuvo buenos resultados, al menos desde el punto de vista cultural y político, la privatización de la televisión, le ocasionó la pérdida de audiencia y su sentido de “proyecto nacional”. Del mismo modo, la televisión de carácter público y cultural en América Latina estuvo más cercana al prototipo estadounidense, salvo pocas excepciones, como el modelo mixto en Colombia o las emisoras encomendados a las universidades en Chile, los canales culturales se volvieron un instrumento del estado, con vacíos culturales, que se rellenaba con programas del servicio público de la televisión norteamericana como *Plaza Sésamo*.³

En el Ecuador, la televisión pública tiene corto tiempo de vida; hasta hace pocos años no existía ningún canal de servicio público. Ecuador TV transmitió desde el 2007 con motivo de la instalación de la Asamblea Constituyente, aunque oficialmente salió al aire el 1 de abril de 2008.⁴ Por este y otros motivos, la programación televisiva en el país ha permanecido atravesada, en general, por el modelo comercial. De esta manera, la necesidad de una televisión pública, cultural, de calidad es relevante en Ecuador así como en América Latina. Según Jesús Martín Barbero, la televisión se ha vuelto crucial en Latinoamérica, ya que convoca a buena parte del talento nacional, de sus directores y artistas de teatro y de cine,

³ Jesús Martín Barbero, “Claves del debate televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”, en Omar Rincón, comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, p. 7.

⁴ *Ecuador TV Historia*. Internet. http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador_TV#Historia. Acceso: 4 de mayo 2011.

hasta grupos de creación popular y a las nuevas generaciones de creadores de vídeo, lo que vuelve a la televisión un espacio estratégico para la producción y reinención de las imágenes que tiene nuestros pueblos de sí mismos y con el que quieren hacerse reconocer de los demás.⁵

Así, debido a que el nacimiento del servicio público en el Ecuador es reciente, la televisión se ha caracterizado por mantenerse como una industria privada, aunque el Estado ha sido el propietario de las frecuencias.⁶ Por ello, la televisión pública y cultural, no ha sido estudiada con mayor profundidad, aunque, sin duda, es una estrategia para crear los imaginarios que construyen los pueblos sobre sí mismos⁷. La propuesta que se plantea es esta disertación ha tomado en cuenta los parámetros de calidad de la televisión pública enfocados hacia la cultura, lo que puede aportar a la formación de estudiantes, profesores y también de productores ecuatorianos interesados en realizar este tipo de televisión. Asimismo, la información que se presenta puede ser útil para aquellos a quienes les interese investigar sobre el papel de la televisión cultural y como un acercamiento a los parámetros de cómo debería realizarse.

En cuanto a la metodología que se utilizó, se partió de una hipótesis para iniciar la investigación, se llevó a cabo un estudio de diagnóstico para determinar las características de realización del proyecto. La información que se recogió sobre la televisión ecuatoriana, se basó en la opinión de un sector de la población (adultos de clase media en su mayoría de la ciudad de Quito). Se identificó la forma de percibir la televisión que tiene la audiencia en

⁵ Jesús Martín Barbero, "Claves del debate televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención", en Omar Rincón, comp. *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, p. 8.

⁶ Guerrero Córdova Roberto, *Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja*. Internet. http://www.utpl.edu.ec/blogjorgeluisjaramillo/wp-content/uploads/2010/06/roberto_guerrero-historia-de-la-TV-en-Ecuador-y-en-Loja.pdf. Acceso: 2011.

⁷ Jesús Martín Barbero, "Claves del debate televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención", en Omar Rincón, comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, p.35-69.

cuanto a variables como: preferencias de canales de señal abierta y de cable, géneros de información y entretenimiento, programas de televisión, con énfasis en los dedicados a la cocina, valoración del canal público y de los canales privados. Así también, las preferencias e ideas que el grupo meta aportó para el proyecto planteado, en cuanto a: lenguaje audiovisual, formato, género, conducción, tratamiento y horario. De este modo, con los datos obtenidos se analizaron los resultados de la investigación y finalmente, se planificó el programa. Para esto, se realizaron encuestas, entrevistas, grupos focales, se examinaron textos especializados de cocina ecuatoriana y de producción de televisión, también se hizo la observación dirigida de programas culturales de televisión y de cocina para aportar a la perspectiva de los elementos de la producción.

Respecto a la estructura de la disertación, el primer capítulo analiza los modelos de televisión en el mundo desde un sentido histórico, que llevan a concluir que sí existe una necesidad de una televisión pública y cultural. En esta parte, se tratan los enfoques que se basan en las conclusiones de la discusión en torno a la televisión pública y cultural en América Latina y el resto del mundo. La corriente de autores que recogen este debate defiende la idea de la televisión como medio eficaz para la construcción de identidad cultural, entre los cuales están: Jesús Martín Barbero, Omar Rincón, Germán Rey, Valerio Fuenzalida y Nestor García Canclini.

En el segundo capítulo se describen los resultados del estudio de diagnóstico que se realizó para el proyecto, parte de uno de los principios de la televisión pública y cultural, que es involucrar a los televidentes en la construcción de propuestas audiovisuales. Además, este capítulo aporta información de la perspectiva de una muestra de la audiencia sobre la opinión

de la televisión ecuatoriana, así como datos generales de las entidades de telecomunicaciones en el Ecuador como SUPERTEL y CONATEL, e investigaciones en comunicación realizadas por CIESPAL, en relación a la oferta de la televisión abierta ecuatoriana.

Para finalizar, debido a que la disertación es la propuesta del diseño de un programa, el capítulo tres se basa en los resultados del diagnóstico participativo. Así en este capítulo se plantea el diseño y propuesta del programa, que se definió con los aportes del público (grupo meta). Para planificar el tratamiento de contenidos y temático, se tomaron las perspectivas de autores que han escrito e investigado sobre cocina ecuatoriana desde un contexto cultural, como Julio Pazos y Alba Moya. Igualmente, en el último capítulo se esboza un ejemplo de tratamiento del programa, con el objetivo de mostrar a los lectores cómo se estructuraría el mismo, aunque, es importante mencionar que es un esquema.

Capítulo I. Televisión pública y cultural

1.1. Televisión pública y cultural en el mundo

La televisión es cultural cuando se asume a sí misma como un lugar decisivo en la construcción de los imaginarios sociales y las identidades culturales, dándose entonces como proyecto específico contribuir en el ejercicio cotidiano de una cultura democrática, y en el reconocimiento de la multiculturalidad del país y del mundo⁸

La televisión es ya por sí misma una herramienta cultural: sirve para transmitir códigos y mensajes sean estos de calidad o no. Al respecto, Néstor García Canclini en la conferencia “Cinco dudas sobre la televisión cultural”, dictada en el Encuentro Internacional de Cultura y Medios por el XV Aniversario de Canal 22, México D.F. en junio de 2008 afirmó:

Para la antropología, la dimensión simbólica que define lo cultural forma parte de todas las prácticas e instituciones: en esta perspectiva es fácil argumentar que las televisoras dedicadas a entretenimientos y deportes, series, porno o gastronomía, son culturales. En una visión antropológica, la cultura no es un conjunto distinguido de bienes, como las obras de arte o los libros, sino la dimensión que da significado a todas las prácticas sociales.⁹

Por ello, es pertinente enmarcar al concepto de televisión cultural dentro del de televisión pública, con el objetivo de introducir el tema que compete al proyecto, el diseño de un programa de televisión con un aporte cultural.

Como afirma Omar Rincón, “la televisión pública no se encuentra atada a la publicidad y por ello, debe recuperar lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo que promueve la televisión, la cultura y la educación.”¹⁰ Esto es, debido a que sufre menos coacciones mercantiles y no está obligada a usar los formatos exitosos, tiene la posibilidad de

⁸ Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón, “Televisión: pública, cultural de calidad”, en Gaceta, Nº 47, Bogotá, 2000, p.50

⁹ García Canclini Néstor, *Cinco dudas sobre la televisión cultural*, Conferencia inaugural del Encuentro Internacional de Cultura y Medios XV Aniversario de Canal 22, México D.F. Internet. . <http://nestorgarciacanclini.net/industrias-y-politicas-culturales/83-conferencia-quinco-dudas-sobre-la-television-culturalq>. Acceso: Octubre 2012.

¹⁰ Omar Rincón “La televisión lo más importante de lo menos importante”, en Omar Rincón., comp. *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, p26.

experimentar, de ahí su relación con los contenidos culturales. La televisión pública, originalmente, se preocupó por fomentar un servicio para la ciudadanía con lo que se consideró como un medio con alta calidad de contenidos televisivos, sin responder a las exigencias de la publicidad. Sin embargo, al fortalecerse el modelo comercial en el mundo la televisión pública tuvo que tomarlo en cuenta y desde ese momento sufrió unos cambios significativos que repercutieron en la manera de producir televisión y lo hacen hasta la actualidad. De esta manera, es importante conocer sobre la historia de la televisión pública y su concepto de aporte cultural. Asimismo, resulta relevante distinguir qué implicó la televisión comercial en la reinención de la televisión pública y cultural para comprender su evolución, situación y relevancia en el mundo actual.

Los dos grandes modelos de televisión que se distinguen en el mundo son el público y el privado. El modelo público es propio de Europa en donde surgió como una herramienta para la reconstrucción del continente durante el período posterior a la Segunda Guerra Mundial, mientras que en los Estados Unidos se orientó hacia el modelo privado y comercial que permitía la venta de espacios desde su aparición. En América Latina, la televisión estuvo más cercana al modelo privado y la televisión pública surgió ligada a la propaganda política de los gobiernos. La televisión con contenido cultural y educativo, desde una visión intelectual, fue propia de los modelos públicos en Europa, así como la difusión de la cultura y el arte. Para algunos autores la televisión con contenidos culturales es incipiente, ya que predomina aquella que promueve una cultura de masas y representa el gusto de las mayorías. Pierre Bordieau ha sido crítico al señalar que la televisión con fines pedagógicos resulta tan contraria como los recursos populistas que se utilizan en la TV comercial, como afirma en la siguiente cita:

La televisión de los años cincuenta pretendía ser cultural y utilizaba en cierto modo su monopolio para imponer a todos unos productos con pretensiones culturales (documentales, adaptaciones de obras clásicas, debates culturales, etc) y formar así los gustos de los grandes públicos; la televisión de los años noventa se propone explotar y halagar esos gustos para alcanzar la audiencia más amplia posible ofreciendo a los telespectadores productos sin refinar cuyo paradigma es el talk-show, retazos de vida, exhibiciones sin tapujos de experiencias vividas extremas e ideales para satisfacer una necesidad de *voyeurismo* y exhibicionismo. Con todo no comparto la nostalgia de algunos por la televisión pedagógica y paternalista del pasado, pues opino que es tan contraria como el recurso de la espontaneidad populista y la sumisión demagógica a los gustos populares a una utilización realmente democrática de los medios de comunicación de masas.¹¹

En la actualidad, los canales dedicados a la cultura, no son únicamente propios del modelo público, también la televisión comercial emite programas culturales y oferta una importante cantidad de canales especializados en la cultura.

1.1.1. Televisión en Europa y modelo público

En Europa, la televisión se convirtió en un método efectivo para fortalecer a las naciones y transmitir valores de libertad, cultura nacional y democracia. Las emisoras solo se consideraron públicas y se las concibió dentro de monopolios estatales. Esta resolución permitió que los Estados ejercieran un control total sobre el medio y que tuviera una audiencia nacional unificada. La forma de presupuestarlo fue a través de un subsidio, que se generó a través de un impuesto especial al uso y sintonía de la radio y de la televisión, llamado canon. De este modo, se instituyó como un servicio a la comunidad universal, sin interrupciones publicitarias, gratuito, que se difundía por señal abierta y con los objetivos claros de brindar: educación, cultura e información.¹²

Después de la Segunda Guerra Mundial las naciones europeas, hicieron esfuerzos económicos importantes para establecer y re establecer, en algunos casos, los servicios de

¹¹ Pierre Bordieau, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997, p.70

¹² Toussaint Alcaráz Florence, *Historia y políticas de televisión pública*. Internet. <http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/18.pdf>. Acceso: 17 de septiembre 2012.

televisión en sus países. Al igual que en los tiempos de radio, se mantuvo una guía del medio considerando su potencial político y económico.¹³ Para 1945 se reanudaron los servicios de televisión en Francia y Rusia. En 1946 la BBC retomó las transmisiones y a la cadena se le sumaron las emisiones experimentales de Holanda en 1948, de Dinamarca e Italia en 1949 y de Suiza en 1951. En Alemania, después de la guerra, los aliados se hicieron cargo de los servicios de televisión y el sistema público en ese país se creó como una estructura descentralizada, a diferencia de otros países de Europa.¹⁴

John Ellis, ex productor de televisión y académico de los medios, en el libro *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty* cataloga al período de la creación de los servicios públicos en Europa como la era de la escasez (*scarcity*) en la que existían pocos canales de televisión y una masa de consumo estandarizado.¹⁵ El primer período de desarrollo televisivo (1941 a 1962) en Europa y en el mundo se caracterizó por tener un alcance nacional que se dio de manera simultánea en distintos países, aunque la audiencia fue nacional, no mundializada.¹⁶ Además, durante los años cuarenta, a excepción del material que se compraba de los distribuidores de películas, la televisión era un medio que solamente se transmitía en vivo.¹⁷

En otras partes del mundo como en China, en la última década, la televisión es la fuente primordial de información (noticias) y entretenimiento. Las estaciones de televisión aún son propiedad del gobierno y ellos controlan el gasto nacional en publicidad. La televisión además domina todos los países de lengua china como Hong Kong, Taiwan, Malasya y

¹³ Eli Noam, *Television in Europe*, Nueva York, Universidad de Oxford, 1991, p.3.

¹⁴ Angel Faus Belau, *La era audiovisual : historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*, Barcelona, Ediciones Internacionales Universitarias, p.217.

¹⁵ John Ellis, *Seeing things Television in the age of uncertainty*, IB.Tauris 2000, p. 53

¹⁶ Faus Belau Angel, *La era audiovisual : historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*, Barcelona, Ediciones Internacionales Universitarias, p. 160

¹⁷ Ellis John, *Seeing things Television in the age of uncertainty*, IB.Tauris 2000, p. 53

Singapur y en las comunidades chinas alrededor del mundo, que comparten emisiones y programación vía satélite.¹⁸ Igualmente, los servicios regulares de televisión en otros continentes como Asia y África empezaron a funcionar más tarde que en Europa. Por ejemplo, NHK en Japón inició sus transmisiones en 1953, Corea del Sur e Irak lo hicieron en 1956 y China e Irán en 1958. En 1959 el servicio de televisión llegó a Líbano, mientras que Egipto, Albania y China Nacionalista lo inauguraron en 1960. A estos países les siguieron Indonesia en 1962 y Marruecos en 1954. Lo cierto es que para 1962 más de medio centenar de países en el mundo disponía de un servicio regular de televisión.¹⁹

1.1.2. Televisión en Estados Unidos y modelo comercial

El gran modelo de televisión comercial es propio de los Estados Unidos, en donde las leyes sobre medios electrónicos no contemplan la figura de concesión. De este modo, desde el mismo nacimiento de la televisión en los Estados Unidos se estimó la posibilidad de vender los espacios, ya que en los años treinta la lógica de la ideología fue dejar el manejo de toda la industria a la iniciativa privada y los medios se establecieron dentro de ese marco, por lo que no hubo prohibiciones ni restricciones de ningún tipo, ni para aquellos que quisieran dedicar las frecuencias a una programación cultural.²⁰

Durante la Segunda Guerra Mundial no se autorizaron frecuencias y las pocas existentes fueron comerciales y se establecieron como un oligopolio. La Comisión Federal de Comunicaciones con siglas en inglés (FCC) estableció en 1947 la normalización técnica de

¹⁸ Christopher Zhu Ying Berry, *TV China : A Reader on New Media*, Bloomington, Indiana University press, 2009, p.4

¹⁹ Faus Belau Angel, *La era audiovisual : historia de los primeros cien años de la radio y la televisión* Barcelona, ediciones Internacionales Universitarias, p. 203

²⁰ Toussaint Alcaráz Florence, *Historia y políticas de televisión pública*. Internet. <http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/18.pdf>. Acceso: 17 de septiembre 2012, p. 223

todas las emisiones televisivas, lo cual dio lugar al reinicio de la expansión del medio por todo el país.²¹ Al término de la Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos se fortaleció y comenzó su hegemonía económica, social y cultural en el mundo. Una de las herramientas fundamentales de su expansión ideológica fue el modelo de televisión comercial.²²

De esta manera, en este período se otorgaron frecuencias con facilidad y debido a la presión de varios grupos relacionados con instituciones educativas, la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos, entregó 242 canales en todo el país (80 en VHF y 162 en UHF) para uso no comercial, según Enrique Sánchez Ruiz citado en el texto “Historia y políticas de la televisión pública”. Sin embargo, las empresas privadas apoyaban a las no comerciales para que otras empresas mercantiles no compitieran en su lugar por el público y la publicidad. La *Ford* destinó recursos a la televisión pública desde su creación y lo hace hasta la actualidad. El sustento del gobierno en los Estados Unidos para la televisión educativa no es obligatorio, este cumple su deber otorgándoles las frecuencias, la ley no le exige apoyarlas²³.

En 1967 se creó la Corporación Pública de Divulgación, por sus siglas en inglés (PBS) para que se sustente a la televisión pública mediante un decreto federal aprobado por el congreso. En la actualidad la PBS agrupa alrededor de 347 estaciones diseminadas por todo el

²¹ *Historia de la Televisión*. Internet.

<http://www.asociacionplazadelcastillo.org/Textosweb/Historiadelatelevision.PDF>. Acceso: 17 de septiembre 2012.

²² Toussaint Alcaráz Florence, *Historia y políticas de televisión pública*. Internet <http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/18.pdf>. Acceso: 17 de septiembre 2012.p 223

²³ Toussaint Alcaráz Florence, *Historia y políticas de televisión pública*. Internet. <http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/18.pdf>, 17 de septiembre 2012,p. 224.

territorio estadounidense, como red es la mayor, sin embargo apenas obtiene un 2% del público del país.²⁴

1.1.3. Crisis de la televisión pública

Una de las razones fundamentales para la transformación de la televisión pública fue que, durante los años setenta y en adelante, el afianzamiento del modelo neoliberal en las economías mundiales exigió que incluso los países de regímenes socialistas decidieran liberar áreas controladas por el Estado, entre esas, las frecuencias de radio y televisión.

Del mismo modo, la creación del video en 1951 permitió grabar episodios y luego retransmitirlos, lo que fue un avance tecnológico definitivo para que el modelo norteamericano empezara a tomar fuerza en el mundo. El invento trajo consigo los inicios del debate sobre la globalización y “americanización” del mundo y el medio televisivo se convirtió en uno de los temas centrales del debate; los líderes de opinión europeos (sacerdotes, políticos, periodistas) veían de mala manera que existieran programas norteamericanos en las pantallas televisivas de los ciudadanos. Por ello, durante un tiempo, los sectores más conservadores de Europa fueron críticos con la televisión privada debido a su carácter comercial y a sus contenidos sexuales explícitos que se iban en contra de los valores tradicionales.²⁵

Sin embargo, llegó el momento en que los conservadores tuvieron que elegir entre sus valores sociales y su poder político en el control del medio, y permitieron que entrara la televisión privada. En Italia, por ejemplo, el partido Cristiano Democrático había controlado la RAI (cadena pública italiana) desde su creación. Sin embargo, al perder las elecciones tuvo

²⁴ *Ibid*, p. 225

²⁵ John Ellis, *Seeing things Television in the age of uncertainty*, IB.Tauris 2000, pp.53-54

que entregar el segundo canal a los socialistas y permitir un rol comunista en el tercer canal. Eventualmente surgieron canales privados ilegales con programas que no convivían con los valores cristianos, aún así, el Partido Cristiano democrático terminó por apoyar a la televisión privada.²⁶

Igualmente, si bien los primeros promotores de la televisión británica (miembros del partido trabajador vinculados a la industria del entretenimiento) se opusieron a la “americanización”, también fueron críticos al señalar que la BBC se había alejado mucho de la cultura popular y no la representaba, señalaron que existía una naciente cultura alrededor de la comedia y del *Jazz* y que muchas culturas regionales se sentían excluidas del “estándar inglés” que representaba la BBC. Así, pedían una televisión menos estilizada que le ofertara a la audiencia más de lo que quería y no de lo que “necesitaba”.²⁷ De esta manera, la televisión comercial en Gran Bretaña nació como una atracción para los públicos locales, legalmente se constituyó como una televisora regional en respuesta a la BBC, debido a que esta había sido criticada por responder a un imaginario centrado en la cultura de la clase alta de Londres. Sin embargo, la televisión regional no le gustó a la audiencia que consideró a esa programación como una manera de aislamiento del proyecto de televisión nacional que era la BBC.²⁸ De este modo, el canal independiente ITV (*Independent Television Authority*) tuvo que rediseñar su programación para captar la atención del público. Fue así que tomó el modelo de programación norteamericano; su oferta se llenó de programas concurso, programas para niños, telenovelas, comedias y *westerns* que significaron, como sucedió con otras televisiones

²⁶ Noam Eli, *Television in Europe*, Nueva York, Universidad de Oxford, 1991, p. 6

²⁷ *Ibid*, p.54

²⁸ Ellis John, *Seeing things Television in the age of uncertainty*, Londres, IB.Tauris 2000, p. 56

públicas, una crisis para la BBC que tuvo que redefinirse en los términos de la televisión comercial desde ese momento hasta la actualidad.²⁹

Por otra parte, la desregulación fue un proceso que empezó a partir de los años setenta pero que se fortaleció en la década de los noventa en todo el mundo. Fue el inicio de un sistema de medios liberado. En EE.UU supuso la eliminación de las restricciones que tenían las empresas de televisión por cable y se flexibilizó un conjunto de normas que ponían límites a empresas del sector, por ejemplo, en los años noventa se autorizó a las empresas comerciales entrar en el mercado, se crearon nuevas cadenas de emisión simultánea de programas (*networks*) y se permitió aumentar la cuota de producción propia. En Europa significó la abolición de los monopolios de televisión, la entrada de las cadenas comerciales privadas y la disminución de las obligaciones del servicio público de televisión que se reflejó en: la rebaja en la provisión de programas para niños y en menores restricciones a la publicidad. Existen algunos hitos importantes de la desregulación como que en 1976 el Poder Judicial italiano autorizó la televisión privada a nivel local y que en 1981 el gobierno francés privatizó la primera cadena pública, la de más audiencia. Finalmente, las regulaciones en la mayor parte de países acabaron por desmantelarse y se volvieron cada vez menos relevantes debido al acceso vía satélite que tenían las personas a canales internacionales y globales.³⁰

1.1.4. Evolución del modelo público

Enrique Bustamante, catedrático del Departamento de Comunicación Social de la Universidad Complutense de Madrid, en el artículo “Amenazas y posibilidades del sistema

²⁹ Ibid, p.56

³⁰ Maire Messenger Davies, *Children, Television Storytelling, and the Public Sphere*, Cambridge University Press, Nueva York, 2001, p.24

audiovisual europeo en la era digital” señala que el tema fue más complejo, pues, aunque el hecho económico fue determinante para el proceso de las televisiones públicas, la televisión en países vecinos del mismo continente dio respuestas diversas a la disyuntiva entre *rating* y calidad.

Así dice, en Europa, “(...) la desregulación hacia el mercado no fue homogénea y se reveló más salvaje y desorganizada en donde las tradiciones políticas habían conformado servicios públicos más dependientes, débiles e inestables (...)”³¹. Debido a que cada país está estrechamente relacionado con su sistema político, así también, su independencia o dependencia con el Estado. Bustamante recoge un análisis reciente del Consejo de Europa que dice que en la actualidad, los países nórdicos y el Reino Unido tienen un servicio de televisión independiente, en lo que respecta a la relación entre poder político y televisión. Mientras que Italia, Alemania y los Países Bajos se asemejan con un sistema de proporcional, en el que la televisión y el poder político, comparten un cincuenta-cincuenta de dependencia; mientras que en España, Portugal y Francia el Gobierno y sistema político juegan un papel de motor directo en la televisión. Asimismo, afirma que en los países del sur de Europa, en donde se instalaron dictaduras, la televisión pública nació en un ambiente autoritario, aunque convivió con el capitalismo. Mientras que en los países de Europa del Este, de sistemas estatistas, el paso hacia el mercado fue repentino. Paralelamente, si en la mayor parte de países de Europa Occidental, que después de varios años de servicio público pasaron hacia un proceso de desregulación, los países del sur con sistemas dictatoriales, apenas vivieron pocos años de servicio público, después de los cuales optaron por un servicio ‘mixto competitivo’ (público y privado), debido a la crisis del Estado de Bienestar y a la llegada del neoliberalismo. En

cambio, en los países socialistas europeos, la mudanza fue drástica, pues, la desregulación fue simultánea en lo público y privado.³²

Jesús Martín Barbero en el texto “Televisión pública, televisión cultural entre la renovación y la invención” llega a una conclusión que quizá puede sintetizar lo antes dicho. El autor sostiene que el cambio económico mundial llevó a la televisión pública a perder gran parte de su audiencia y sobre todo su sentido de proyecto nacional cultural. La audiencia quedó molesta e insatisfecha, no quiso pagar por un servicio público que, por un lado ofrecía la misma baja calidad del privado y que por otro, le brindaba una programación para minorías exquisitas.³³

De un modo u otro, la televisión pública se enfrentó a una disyuntiva en la que debió competir por el público, brindar contenidos de calidad, y tomar en cuenta a la televisión privada para entrar en la lógica del mercado. Inicialmente concebida sin que su objetivo principal fuera el lucro, la competencia cuantitativa terminó por desvirtuarla.³⁴ Los cambios específicos de cada país en el servicio público, tanto en lo político como en lo económico, se desplegaron en un sistema global de televisión que introdujo el panorama actual en el que existe una proliferación de canales con audiencias fragmentadas alrededor del mundo, pero que no garantizan la diversidad ni la representación multicultural de la sociedad de hoy, sino tiende a la homogenización, debido a la competencia en el mercado.

³² Bustamante Enrique, *Amenazas y posibilidades del sistema audiovisual europeo en la era digital*. Cuadernos de la información. Internet. <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/971/97112298007.pdf>. Pontificia Universidad Católica de Chile. p. 85. Acceso: 03/10/2012.

³³ Jesús Martín Barbero, “Claves del Debate: Televisión Pública, Televisión Cultural: Entre la renovación y la invención” en Omar Rincón, comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, p. 46

³⁴ Toussaint Alcaráz Floreince, *Historia y políticas de televisión pública*. Internet. [Http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/18.pdf](http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/18.pdf). Acceso: 27 de agosto 2012, p.222.

Por otra parte, en algunos casos como Suecia, la televisión pública mantuvo el mismo estilo de programación pública sin que importara, ya, la competencia por la audiencia. Enrique Bustamante afirma que la BBC al igual que otras televisoras de servicio público de Europa Occidental ha utilizado, en la última década, estrategias para competir con la televisión comercial que se relacionan con su propio modelo de televisión. Así, afirma que la estrategia de la BBC ha sido la diferenciación y el reforzamiento de las señas del servicio público.

Jhon Ellis analiza el proceso evolutivo de la televisión en el mundo desde un sentido menos específico al proponer que la era de la escasez duró desde la aparición regular de los servicios de televisión en el mundo, desde los años cincuenta hasta finales del siglo XX. Para Ellis, durante ese período, los canales públicos europeos compitieron contra los canales comerciales sin que existieran gran variedad de opciones de consumo televisivo, en la mayoría de los casos. Después de la caída del muro de Berlín en 1989, las economías occidentales cambiaron el concepto de consumo que existía en el mundo hasta ese momento. En vez de una masa consumidora de un producto estándar, la estrategia fue iniciar una amplia gama de productos diferenciados o varias versiones del mismo, diseñados para grupos de consumidores específicos, que se sentían identificados con el producto. Lo que ocurrió con los medios de comunicación y con la televisión en especial.³⁵

1.1.5. Canales culturales en el modelo público

Los servicios de televisión pública en Europa cumplieron un rol importante en la difusión cultural. En parte debido a que la televisión comercial era deficitaria en la oferta de canales y de programas culturales y en otra, debido a la propia historia de la televisión en

³⁵ Ellis John, *Seeing things Television in the age of uncertainty*, Londres, IB.Tauris 2000, pp. 64-65

Europa que fomentaba el desarrollo de una cultura nacional que erosionara los valores contruidos en los gobiernos totalitarios. De esta manera, por ejemplo, la televisión española cumplió un papel fundamental en la España de la post dictadura. Aunque TVE nació en el epicentro del franquismo como un servicio público en 1956, durante el período conocido como la transición española (1976-1982), la televisora fue una herramienta muy importante para restablecer nuevos valores y erosionar los que se instituyeron durante la dictadura, se intentó constituir ,simbólicamente desde la televisión, las libertades que se habían perdido y se buscó consolidar una pedagogía de los nuevos valores democráticos; todo esto desde una política estatal que contribuyó a una producción que se centró en contenidos culturales de calidad, según el estándar europeo de ese momento.³⁶

Algo similar ocurrió en otros países de Europa Occidental pues a finales de los sesenta, el continente vivió lo que se conoce como “la etapa de oro de la televisión pública”. Durante este período la lógica de democratización social y la función pedagógica del medio, enfocaron los conceptos de programas culturales con el objetivo de llegar a los sectores intelectuales más activos. Entre mediados de la década del sesenta y principios de los años ochenta, tuvo lugar la implantación de la primera generación de canales culturales como: BBC-2 (GranBretaña), TVE-2 (España), ARD-3 (Alemania), FR-3(Francia), RAI-3 (Italia), las segundas y terceras cadenas de las televisoras públicas, con una tendencia a una diversificación de los contenidos con un fuerte componente cultural (música, cine, literatura, artes plásticas, etnografía, etc).³⁷

³⁶ *Ibid* pág 7

³⁷ *La difusión de la cultura*. Media. Televisión. Gobierno de España. Ministerio de Educación y Ciencia de España. Internet. <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque7/pag6.htm>. Acceso: 03/10/2012.

Asimismo, durante la primera etapa de televisión comercial en Gran Bretaña, la BBC utilizó muchos géneros de televisión popular: adoptó el tono democrático de los noticieros de ITV, al crear *Tonigth British's Television*, un noticiero que combinaba información seria con pequeñas historias humanas que se narraban por reporteros excéntricos. Al mismo tiempo, la cadena fue cuidadosa en mantener y desarrollar la clase de programas que la televisión comercial desechó por completo como los documentales poéticos de Dennis Mitchell, *Mornining in the streets* (1959) y algunas series culturales con altos presupuestos como *Civilisation* (1969).

Los canales culturales buscaron complementar la programación que ofrecían las emisoras comerciales, con la presentación de mensajes televisivos vinculados a la ilustración cultural y política de occidente. La oferta televisiva con este tipo de programas, se consideraron como el cumplimiento de su función pública, pues mostraba lo que la televisión comercial no estaba interesada en presentar. Así, las televisoras exhibían su herencia cultural clásica (música, ópera, ballet, teatro clásico, dramatización de grandes novelas, cine, arte, etc)³⁸. Al mismo tiempo, dedicaron importantes espacios al debate intelectual, social y científico relacionado con el mundo universitario. De esta manera, por ejemplo, la RAI (cadena pública italiana) ha logrado desarrollar otra matriz de programación que ha buscado dar énfasis a mensajes televisivos que se relacionen con la alta cultura occidental de la ilustración, tanto en lo cultural como en lo político.

Sin embargo, la programación de los canales culturales, dentro del modelo público de televisión, y la de algunos canales de Latinoamérica que siguieron este modelo, como SODRE

³⁸ Valerio Fuenzalida, "Por una televisión pública para América Latina", en Omar Rincón, comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, p.142.

en el Uruguay o *Canal 11* en VHF y *Canal 22* en UHF en México, resultó desgastada por diversos motivos. Desde el punto de vista económico, a algunas estaciones se les disminuyó los subsidios debido a que se puso en duda su legitimidad por el escaso alcance público. Por otra parte, debido a la competencia que enfrentan en los canales de cable y más recientemente en la televisión satelital gracias a la proliferación de los canales temáticos de cine clásico como (*HBO, TNT, Fox, Cinecanal, MGM*) con gran éxito. Asimismo, ciertos géneros distintivos de los canales públicos como el documental social y de la naturaleza, hoy son presentados por *Discovery Channel, Travel Channel, Infinito, Animal Planet* de la BBC *Worldwide* en conjunto con *Discovery Networks* y la programación de bellas artes ha mudado a canales segmentados en el cable. De este modo, todo esto, más las razones antes expuestas, del modelo público en crisis alrededor del mundo que no encontró audiencia para sostenerse ni mantener su legitimidad, son cuestiones que llevan a la discusión de si es pertinente pensar en realizar y producir televisión pública con un aporte cultural.

1.2. Televisión pública y cultural en América Latina

Como describe Jesús Martín Barbero, en el texto “Televisión pública, televisión cultural entre la renovación y la invención”, América Latina estuvo más cercana al modelo norteamericano de televisión, el que no contempló el modelo de concesión sino que mediante una solicitud al gobierno para operar cualquier frecuencia tenía la opción, si deseaba, de dedicarse al comercio³⁹. Las televisiones surgieron más estatales que públicas, al crecer el número de receptores se privatizaron y pasaron a depender masivamente de la industria televisiva norteamericana tanto en la programación como en el modelo de producción. Lo que

³⁹ Barbero Jesús Martín, Claves del Debate: Televisión Pública, Televisión Cultural: Entre la renovación y la invención” en Omar Rincón comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, la crujía. 2005,p 46

hizo de los canales públicos un instrumento del Estado, sin producción propia y culturalmente vacíos.⁴⁰ A excepción de algunos casos como el de Colombia que tuvo durante largo tiempo un modelo mixto de televisión, que finalmente terminó por insertarse en la lógica privada o Chile con canales encomendados a las universidades, el resto de televisiones públicas o culturales eran completamente dependientes de la financiación del Estado. Esto supuso que respondieran a los requerimientos de los gobiernos de turno y por lo tanto de los partidos políticos que estaban en el poder.

De este modo, la producción “pública” en América Latina se volvió un modo de propaganda para los gobiernos, y retrasó la actualización de las propuestas de sus programaciones ya que permaneció despreocupada de la competencia. Sin embargo, los cambios de la sociedad, las rápidas transformaciones tecnológicas revelaban lo anacrónica que resultaba la televisión pública en Latinoamérica. Germán Rey retoma las apreciaciones de Elizabeth Safar sobre el caso de la televisión pública en Venezuela, y afirma que su diagnóstico podría aplicarse a otros países de la región, esta autora dice: “los servicios de televisión pública en Venezuela no pueden considerarse públicos, en su sentido más genuino, puesto que son gubernamentales y desde su nacimiento se han orientado, básicamente, a difundir la obra de los gobiernos”⁴¹

Según Rey, durante los gobiernos desarrollistas el modelo de televisión pública permaneció y se le agregó otro fin: debía contribuir con los propósitos de difusión del Estado y a los intentos modernizadores de la sociedad. Los medios, y en especial la televisión, servían como un instrumento de modificación de las estructuras, sobre todo educativas y de salud; los

⁴⁰ *Ibíd.* P. 46

⁴¹ Germán Rey, “El Escenario móvil de la televisión pública. Algunos elementos de contexto” en, Omar Rincón comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, p.74.

proyectos de televisión educativa contribuían con la idea de masificar la educación. De este modo, las diferencias entre el entretenimiento y la educación aumentaron en la oferta televisiva y los canales comerciales sintonizaron mejor con los cambios sociales que empezaba a vivir una sociedad cambiante.

Más adelante, al convertirse los medios, y sobre todo la televisión, en un poder real que actuaba sobre las mentes de las personas los estados se sometieron a la intervención de los grandes grupos económicos o de sectores de poder de los que recibían retribuciones como: la obediencia de la información para algunos sectores políticos, la estigmatización de la oposición, el apoyo electoral, la no aparición de sectores sociales inconformes.⁴²

Por otra parte, y en respuesta a lo que sucedió en América Latina y en el mundo con los medios de comunicación, en los últimos años en Latinoamérica, se han realizado cambios a las leyes de comunicación de varios países. Debido a que el manejo de la información tiene otros matices y otras responsabilidades que no aparecían en el funcionamiento anterior de los medios, no fueron parte de la cultura política y comunicativa, los medios de comunicación tenían una especie de libertad absoluta que de alguna manera permitió la consolidación de su poder.⁴³

De esta manera, como ejemplo, la televisión pública se ha retomado como la alternativa a los grupos de medios poco afines a los llamados gobiernos del socialismo del siglo XXI, (Bolivia, Ecuador y Venezuela), que han generado políticas de comunicación muy parecidas, con diferencias en los niveles regulatorios, como en Ecuador en donde la ley

⁴² Ibíd. P.78.

⁴³ Ibíd. Pp. 82-83

estipula un Consejo de Comunicación.⁴⁴ Sin embargo, las diferencias jurídicas se diversifican en enfoques distintos, unos promueven la desregulación más completa posible, limitando al Estado a la distribución de frecuencias, mientras que otros ven conveniente regulaciones más precisas pero menos restringidas con un control que supere las reglas mercantiles y que contemple políticas culturales y comunicativas mucho más claras y participativas.⁴⁵ Por otra parte, en otros países de la región, los cambios regulatorios no tienen modelos estables de autonomía financiera, gobernanza y control independientes. Así, salvo Chile, Colombia y Perú que tienen órganos de control autónomo e independiente del Ejecutivo, en la mayoría de los casos, las funciones reguladoras de las entidades que normalizan las telecomunicaciones son directamente dependientes del Gobierno. En general, en la mayor parte de los países de Latinoamérica existe una falta de autonomía financiera de gestión y control democrático de los medios públicos.⁴⁶

Por otra parte, en el cine la dependencia de la producción, distribución y exhibición de las empresas estadounidense se manifiesta de manera significativa. En América Latina el 90% de los filmes son en inglés y hechos en *Hollywood*. La televisión gratuita, por lo general, representa a la cultura hegemónica del país. La representación de lenguas y culturas indígenas es prácticamente inexistente, y casi el 70% de los hogares hispanohablantes en los Estados

⁴⁴ Campos Freire Francisco, *Modelos de televisión pública europea y latinoamericana*, en Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, N° 108, 2012. Internet. http://www.ciespal.net/chasqui/index.php?option=com_content&view=article&id=44%3Amodelos-de-television-publica-europea-y-latinoamericana&catid=36%3Aportada&Itemid=27. Acceso: octubre 2012

⁴⁵ *Ibíd.* Pp. 82.

⁴⁶ *Ibíd.*

Unidos tienen televisión por cable con canales como (*Fox Sports, Discovery Channel, MTV, CNN*)⁴⁷. Este panorama, vuelve complicado el ejercicio de una televisión pública y cultural.

1.2.1. Televisión en Ecuador

La televisión en el Ecuador, como ya se ha mencionado, al igual que en otros países de América Latina, se desarrolló más en el ámbito privado que en el público. La televisión en el país se relacionó con una organización religiosa, HCJB (Hoy Cristo Jesús Bendice). En 1959, el norteamericano Gliford Hartwell, reparó equipos de televisión viejos de *General Electric* para colaborar con esta organización religiosa y trajo el invento al Ecuador. En ese mismo año se organizó la primera transmisión de TV en Quito.⁴⁸ El carácter privado de la televisión ecuatoriana se reflejó en el manejo de la misma, en 1960 el empresario Horts Michael Rosebaum obtuvo el permiso para operar la llamada “primera televisión ecuatoriana”, con el canal 4, RTS, cadena Telesistema. Sus familiares más cercanos fueron sus colaboradores.⁴⁹ Durante la década de los setenta, se produjo un desarrollo en la industria televisiva ecuatoriana con el surgimiento de nuevas emisoras como: Teleamazonas, Canal 2 en Guayaquil, Canal 8 en Quito y Telecentro, Canal 10. La televisión ecuatoriana contempló el modelo anglo en el que el Estado concedió las frecuencias pero se mantuvo como una industria privada.⁵⁰ De esta manera, solo durante el gobierno del Gral. Guillermo Rodríguez Lara en 1972 se promulgó la

⁴⁷ García Canclini Néstor, *Cinco dudas sobre la televisión cultural*, Conferencia inaugural del Encuentro Internacional de Cultura y Medios XV Aniversario de Canal 22, México D.F. Internet. .
<http://nestorgarciacanclini.net/industrias-y-politicas-culturales/83-conferencia-qcinco-dudas-sobre-la-television-culturalq>. Acceso: Octubre 2012.

⁴⁸ Alba Luz Mora, *La Televisión en Ecuador*; Guayaquil, Amauta, 1982, 79-81.

⁴⁹ Guerrero Córdova Roberto, *Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja*. Internet.
http://www.utpl.edu.ec/blogjorgeluisjaramillo/wp-content/uploads/2010/06/roberto_guerrero-historia-de-la-TV-en-Ecuador-y-en-Loja.pdf. Acceso: 18/02/2013

⁵⁰ Guerrero Córdova Roberto, *Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja*. Internet.
http://www.utpl.edu.ec/blogjorgeluisjaramillo/wp-content/uploads/2010/06/roberto_guerrero-historia-de-la-TV-en-Ecuador-y-en-Loja.pdf. Acceso: 18/02/2013

primera Ley de Radiodifusión y televisión, que reglamentó, por primera vez, las emisiones televisivas.⁵¹ Además, durante este período se creó el Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL). Más tarde, durante el triunvirato militar (1976-1979), liderado por: el Alm. Alfredo Poveda, el Gral. Guillermo Durán y el Gral. Luis Leoro Franco⁵², se transmitieron cadenas de televisión que eran informes a la nación sobre el trabajo de los ministerios. El Dr. Gil Bermeo Vallejo, Ministro de Salud durante el triunvirato (del 25 de julio de 1978 al 10 agosto de 1979)⁵³, recuerda que “la tesis fundamental de las cadenas era el desarrollo del país, a cargo del gobierno revolucionario”, “en las que se daba un informe sobre las acciones de los ministerios a la nación”. También recuerda que “las cadenas se transmitían cada tres o seis meses” y que “cada año se realizaba un informe sobre las funciones y actividades de los ministerios, antes del 10 de agosto”, el mismo que se transmitía “por todos los canales de ese tiempo: el 2, el 4, el 8 y el 10”. Por otra parte, la Licenciada Gloria Martínez Lozano, maestra de historia jubilada del Colegio 24 de Mayo de Quito, durante la entrevista realizada, comentó que “en las cadenas se hablaba solo de las cosas buenas que hacían los militares”. En 1978 en la televisión nacional se produjeron los primeros programas de entretenimiento hechos en Ecuador. Ecuavisa se convirtió en una organización, lo que le permitió integrar los mejores talentos tanto del canal 2 en Guayaquil como del canal 8 en Quito, lo que le permitió ser la única televisora capaz de crear programas culturales y de entretenimiento apoyados en el talento nacional e internacional que residía en las principales

⁵¹ Alba Luz Mora, *La Televisión en Ecuador*; Guayaquil, Amauta, 1982. p. 132

⁵² North Liisa, *Militares y Estado en Ecuador: ¿construcción militar y desmantelamiento civil*. Internet. <http://www.flacso.org.ec/docs/i26north.pdf>. Acceso: 21/02/2013

⁵³ Diario Hoy, *Cronología de los Ministros de Salud Pública (1967 - 1992)*. Internet. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/cronologia-de-los-ministros-de-salud-publica-1967-1992-48860.html>. Acceso: 21/02/2013

urbes del país.⁵⁴ Desde 1972 el canal inició campañas públicas en beneficio de la comunidad. Según la autora del libro *La televisión en el Ecuador*, Alba Luz Mora, “(...) Todos los espacios en blanco y aquellos que quedaban entre las horas de identificación del canal, (...), se los sustituyó con mensajes educativos o de salud y se los puso a órdenes de los respectivos ministerios (...)”⁵⁵. Por otra parte, Ecuavisa creó TELECUAVISA CIA. LTDA, productora que realizó espacios en vivo en los primeros años de los ochenta con contenido educativo, para niños y otros de entretenimiento como: Rinconcito, Clases de Inglés, Hacia la Universidad (semanal), *Chiko*, Concurso sobre la Noticia, Día a día con María Rosa, entre otros.⁵⁶

En conclusión, la industria televisiva floreció en la esfera privada, con esfuerzos incipientes en el ambiente público.

1.2.2. Propuesta y necesidad de una televisión pública y cultural

Por ello y debido a la evolución de la televisión en el mundo se vuelve necesario un modelo de televisión público que sea inclusivo y sirva como una herramienta cultural. De esta manera, Barbero, Rey y Rincón proponen unos criterios de calidad para la televisión pública y cultural al escribir una declaración de principios que imagina y describe lo que sería una televisión pública, cultural de calidad.⁵⁷ Jesús Martín Barbero escribe “(...) Es cultural aquella

⁵⁴ Alba Luz Mora, *La Televisión en Ecuador*; Guayaquil, Amauta, 1982. p. 135

⁵⁵ *Ibíd.* Pp. 137-138

⁵⁶ *Ibíd.* P. 139.

⁵⁷ Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón, “Televisión: pública, cultural de calidad”, en *Revista Gaceta*, N° 47, Bogotá, 2000, pp.51-60

televisión que no se limita a la transmisión de cultura producida por otros medios, sino que trabaja en la creación cultural a partir de sus propias potencialidades”⁵⁸

Asimismo, como se ha visto, según los hechos que marcaron a la televisión pública y cultural en el mundo, en la actualidad, se ha planteado la pregunta de si realmente puede y debe existir una televisión de este tipo. Para algunos autores que han estudiado a la televisión no existe posibilidad alguna de este medio de producir contenidos que sirvan para desarrollar el pensamiento. Sin embargo, para otros, la televisión es un dispositivo cultural en el que se integran las formas sociales y culturales.

De esta manera, dentro de la discusión a cerca de la necesidad y pertinencia de la televisión cultural, en la conferencia dictada durante el Encuentro Internacional de Cultura y Medios por el XV Aniversario de Canal 22, México D.F. en junio de 2008, Néstor García Canclini señaló varios puntos importantes para el debate sobre la conveniencia de las televisoras culturales, al preguntarse si tiene valor o no la distinción entre televisoras culturales y las demás. Dice García Canclini, que si bien la antropología reconoce a todas las manifestaciones simbólicas altas o populares como legítimas, durante la modernidad muchos mensajes volvieron autónoma la forma de la función, se postuló un placer “desinteresado” y las obras fueron valoradas por sus criterios estéticos, sin sujetarse a controles religiosos o políticos. Para García Canclini, las televisoras llamadas culturales intentan, hoy, preservar espacios semejantes: buscan una escena más autónoma, no tanto frente a control político o religioso, si no frente a las condiciones del mercado. De este modo, aunque el enfrentamiento de los medios al control político y religioso es aún necesario, dada la subordinación de los

⁵⁸ Jesús Martín Barbero, “Claves del debate televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”, en Omar Rincón, comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, pp.62

medios audiovisuales a la competencia mercantil que existe en la actualidad, esa es la independencia que se debe buscar. Por lo tanto dice, cabe preguntarse si representar la vanguardia estética es lo realmente necesario en este punto de la historia de la televisión. Aunque la batalla por la autonomía creativa de la vanguardia se dirigía a públicos minoritarios y se basaba en la exaltación de artista creador, la industrialización trae a la producción musical, editorial, a los museos como empresas y la noción de artista creador se reformula en una de productor y comunicador.⁵⁹ Por ello, si en las artes clásicas, como la música y la literatura esa concepción de arte disminuye su vigencia, aunque todavía existan artistas que busquen esa estética, en la industria comunicacional es aún menos viable ya que esta requiere importantes inversiones y trabajo en equipo de varias profesiones asociadas, pues todos los canales necesitan de un soporte económico, tecnológico y de una estructura de producción capaz de competir en el mercado.⁶⁰

Por otra parte, las hipótesis críticas desde una visión más negativa sobre las posibilidades del medio, en las que algunos estudiosos afirman que el discurso televisivo privilegia el vacío cultural como la de Pierre Bordieau que dice que la televisión no resulta muy favorable para la expresión del pensamiento, porque establece un vínculo negativo entre la urgencia y el pensamiento. La televisión está condenada a crear *fast thinkers* como él la llama, que piensan sobre ideas preconcebidas, que están en el ambiente, banales y convencionales y por eso se plantea un problema recepción: no pueden recibirse pensamientos

⁵⁹ García Canclini Néstor, *Cinco dudas sobre la televisión cultural*, Conferencia inaugural del Encuentro Internacional de Cultura y Medios XV Aniversario de Canal 22, México D.F. Internet. . <http://nestorgarciacanclini.net/industrias-y-politicas-culturales/83-conferencia-quinco-dudas-sobre-la-television-culturalq>. Acceso: Octubre 2012.

⁶⁰ *Ibíd.*

o ideas que ya se ha recibido.⁶¹ Por otra parte, González Requena dice: “El discurso televisivo dominante (se caracteriza) por su fragmentación, heterogeneidad, multiplicidad y su carencia de clausura, termina condenado a no decir nada y por tanto, a ser un discurso de nadie”.

En respuesta a esa visión, la hipótesis positiva plantea el ver la oportunidades de la televisión como un dispositivo cultural y comprender sus formas lógicas y funciones. De esta manera, Jesús Martín Barbero afirma que dentro de la institución televisiva pública y desde la investigación, se apuesta por una reconstrucción del proyecto público que tenga en cuenta los nuevos modelos de producción y tecnología en la televisión. Al mismo tiempo, que sea un espacio de reconocimiento de la diversidad cultural, represente la pluralidad ideológica y política y promueva una información independiente plural e incluyente de las diferentes situaciones regionales. Igualmente, debido a la fragmentación que introduce el mercado en la televisión, se hace aún más necesaria una televisión que se dirija al conjunto de los ciudadanos de un país y que en alguna medida contrarreste la balcanización de la sociedad nacional, ofrezca un espacio de encuentro para todos los públicos y permita representar a la mayoría, no por la publicidad, las leyes del mercado o el *rating* sino por algunos gustos y lenguajes comunes que proporcionan ciertos géneros televisivos en los que convergen ciertas matrices culturales.⁶²

Dentro del análisis que García Canclini hace sobre la televisión cultural es crítico con algunas apreciaciones de Bordieau en las conferencias que fueron televisadas en dos programas realizados por el *Collège de France* en el que el sociólogo presenta los resultados

⁶¹ Pierre Bordieau, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997, pp. 38-39.

⁶² Jesús Martín Barbero, “Claves del debate televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”, en Omar Rincón, comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, p.47

de su investigación y están escritas en el libro “Sobre la televisión”. García Canclini dice que Bordieau rechaza el problematizar las oportunidades de pensar a las imágenes electrónicas al decir que las grandes obras de la humanidad (matemáticas, filosofía, literatura, derecho) se han producido independientemente de las mediciones de audiencia y por lo tanto, en las conferencias televisadas, intenta hacer “extraordinario a lo ordinario” al decidir que no utilizará ningún encuadre o enfoque específico en su intervención. Para García Canclini trazar una línea entre discursos científicos y comunicacionales en oposición a discursos espectaculares en un tiempo en el que ya se ha discutido sobre el valor de las imágenes para entretener y conocer (desde la antropología visual hasta Jean- LucGodard y WimWenders), resulta muy rígido. Además, dice García Canclini, Bordieau no se pregunta por las funciones lúdicas y de entretenimiento de la televisión, ni por su capacidad de crear conexiones en las interacciones creadoras y recreadoras de las convenciones comunicativas y sociales que pueden generarse en el disfrute de la televisión, sino que parte del análisis de la labor periodística y de las prácticas informativas y las coloca en el centro del problema comunicativo de la televisión como hacían las primeras televisiones públicas y culturales europeas.

De esta manera, no se trata de repetir el modelo de televisión comercial, que se escuda en el argumento que ofrece “lo que le gusta a la gente”. García Canclini es crítico con la visión desde el punto de vista del marketing, que afirma que hay que atenerse a los hechos: la televisión comercial tiene alto *rating* mientras que la televisión cultural no, puesto que no existen hechos claros de que es lo que a la gente lo que le gusta. Las encuestas de *rating* relacionan las cifras mayoritarias con entretenimiento y placer; asumen al gusto como un hecho natural no construido. Es decir, consagran que lo que se muestra en la sociedad a través

de las industrias culturales es natural y no concebido. Sin embargo, tampoco es cuestión de re establecer el modelo que la televisión pública utilizó para “educar” a la audiencia, desde un punto de vista elitista de la cultura. Como García Canclini lo llama, desde un *puritanismo aristocrático*, al pretender que a los canales no les interese el dinero, ni el *rating* y que la calidad estética televisiva sea más cultural en dependencia del nivel intelectual. Pues afirma, los estudios de audiencia señalan en todo el mundo que los adultos, los jóvenes y menos los niños encienden la televisión para ver debates largos, conferencias o información intelectual.⁶³

Para intentar superar el problema que afronta la televisión pública y cultural entonces, Barbero Rey y Germán señalan tres criterios que comprenden y enmarcan a la producción de televisión pública con sentido cultural.

Primero, dicen, es pública la televisión que: “(...) Interpela, se dirige, al ciudadano más que al consumidor (...)”.⁶⁴ Su objetivo es contribuir a la construcción del espacio público como escenario de comunicación y diálogo entre los diferentes actores sociales y las diferentes comunidades culturales. Segundo, la televisión pública se encarga de: “(...) La elaboración audiovisual de las bases comunes de la cultura nacional, sobre las que se articulan las diferencias regionales y locales (...)”.⁶⁵ Esto es, la televisión pública debe asumir la complejidad geopolítica y cultural de la nación, tanto en las prácticas sociales como en los valores colectivos y trabajar en la construcción de lenguajes comunes. Tercero, configura la

⁶³ García Canclini Néstor, *Cinco dudas sobre la televisión cultural*, Conferencia inaugural del Encuentro Internacional de Cultura y Medios XV Aniversario de Canal 22, México D.F. Internet. . <http://nestorgarciacanclini.net/industrias-y-politicas-culturales/83-conferencia-qcinco-dudas-sobre-la-television-culturalq>. Acceso: Octubre 2012.

⁶⁴ Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón, “Televisión: pública, cultural de calidad”, en Revista Gaceta, N° 47, Bogotá, 2000, p. 50

⁶⁵ Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón, “Televisión: pública, cultural de calidad”, en Revista Gaceta, N° 47, Bogotá, 2000, p. 50

especificidad de esta televisión el: “(...) ofrecer una imagen permanente de pluralismo social, ideológico y político”.⁶⁶ La televisión pública debe abrir espacio a las minorías culturales como los indígenas y los homosexuales que configuran las voces más débiles de nuestras sociedades y a los creadores independientes de video, música, danza, teatro.

Igualmente, otra visión que puede aportar para construir una perspectiva de una televisión que no sea parte de ninguno de los dos extremos ya mencionados: ni la programación hecha para la publicidad y el *rating* ni tampoco la televisión cultural elitista es la respuesta que García Canclini plantea “(...) una perspectiva sobre los hechos históricos y actuales que no ofrezca una sola mirada, que no se guíe con realismo mimético hacia las interpretaciones predominantes ni hacia lo que le gusta a una mayoría construida por la mercadotecnia, sino considerando la variedad de gustos, el valor de diferentes culturas, y ayudando a comprenderlas (...)”⁶⁷.

Por otra parte, en cuanto a las especificidades de la televisión cultural, Barbero, Rey y Rincón nombran tres puntos importantes. Primero, dicen, es cultural la televisión que: “(...) no se limita a la transmisión de la cultura-ya-hecha sino que trabaja en la creación cultural a partir de sus propios “modos de ver” la vida social, de sus recursos, lenguajes y potencialidades expresivas (...)”. Segundo, la televisión cultural “(...) se convierte en alfabetizadora de la sociedad toda en los nuevos lenguajes, escrituras y saberes audiovisuales e informáticos que conforman la específica complejidad cultural de hoy (...)”. Tercero, “La

⁶⁶ Jesús Martín Barbero, Germán Rey y Omar Rincón, “Televisión: pública, cultural de calidad”, en Revista Gaceta, N° 47, Bogotá, 2000, p. 50

⁶⁷ García Canclini Néstor, *Cinco dudas sobre la televisión cultural*, Conferencia inaugural del Encuentro Internacional de Cultura y Medios XV Aniversario de Canal 22, México D.F. Internet. <http://nestorgarciacanclini.net/industrias-y-politicas-culturales/83-conferencia-quinco-dudas-sobre-la-television-culturalq>. Acceso: octubre 2012

televisión cultural tiene como tarea primordial el establecer una clara sintonía con los diversos ritmos de lo simbólico, los de sus memorias y los de sus cambios, aprovechando su aceptación social para otorgar legitimidad cultural a propuestas innovadoras en los diversos ámbitos y prácticas de creación”.

En cuanto al segundo punto sobre las especificidades de la televisión cultural descritas por Barbero, Rey y Rincón, García Canclini, destaca un tema que puede aportar en la definición de lo que debería ser una televisión cultural en el mundo actual; la interrogante de si esa televisión debe ser cultural o intercultural. Así, dice, vivimos en un mundo que se caracteriza por la creciente multiculturalidad, pero no aparece representada en las industrias culturales. Aunque existe una proliferación de canales y de vías de acceso, ahora más con la digitalización y la televisión por cable, en las cadenas comerciales existe una homogenización de los programas, por lo que para producir televisión cultural vale preguntarse cómo tratar la interculturalidad. Puesto que la erosión de las fronteras nacionales controladas por los Estados se acentuará y así la eficacia de los actores nacionales, es importante la asociación regional (refiriéndose a América Latina) que asegure una creación endógena en donde aparezcan múltiples voces e imágenes que harían de la televisión una herramienta poderosa de comprensión y convivencia.⁶⁸

Asimismo, con respecto al tema tecnológico actual de la situación de la televisión, al que García Canclini, lo llama la era de la pos-tv, dice, es importante representar esa interculturalidad en el escenario multimedial que vive la sociedad actual. “La convergencia

⁶⁸ García Canclini Néstor, *Cinco dudas sobre la televisión cultural*, Conferencia inaugural del Encuentro Internacional de Cultura y Medios XV Aniversario de Canal 22, México D.F. Internet. <http://nestorgarciacanclini.net/industrias-y-politicas-culturales/83-conferencia-qcinco-dudas-sobre-la-television-culturalq>. Acceso: octubre 2012.

digital llega con una integración de todos los medios: radio, música, noticias y televisión se reinventan al combinarse en un solo sistema.”⁶⁹ Por ello, la televisión debe repensarse como un medio infiltrado por los otros.

Finalmente, cabe mencionar que en algunos países ya se ha experimentado con proyectos y se ha realizado una televisión pública y cultural que ha tenido buenos resultados. Aunque no existen muchos ejemplos se puede nombrar aquí algunos que servirán para aclarar el panorama de lo que la televisión con un aporte cultural y público es. Para Valerio Fuenzalida, en la actualidad se apuesta por modelos de programas donde masivamente puedan reconocerse la riqueza de la diversidad y se proyecten subculturas y minorías. Para el investigador, algunos ejemplos de esto son: la telenovela *Café con aroma de mujer*, que representó un producto agrícola de ciertas zonas de Colombia o *Romané* una telenovela chilena, que según Fuenzalida “(...) en un semestre hizo más por la aceptación de los gitanos en nuestro país que cualquier otro esfuerzo emprendido al respecto (...)”.⁷⁰ Asimismo, en 2011 se estrenó la telenovela mexicana *El sexo débil* que trató el tema del machismo desde un punto de vista crítico, la reivindicación de las mujeres en el hogar y la inserción de los homosexuales en la sociedad mexicana.

1.3. Programas de televisión sobre cocina

Los programas de cocina tienen un antecedente en parte en la misma creación de contenidos de la televisión comercial. La vida privada apareció en la agenda masiva de la televisión que tendió a revalorizarla, frente al concepto que existía en la ilustración en el que la vida socio-política y el ámbito público era en el que se debía tener visibilidad. De esta

⁶⁹ *Ibíd.*

⁷⁰ Valerio Fuenzalida, “Por una televisión pública para América Latina”, en Omar Rincón, comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005, p.144.

manera, la individualidad y el ámbito privado aparecieron cuantitativamente más en la televisión que en otros medios, como la prensa.⁷¹ La mayoría de los programas incluso los de ficción hablaban continuamente de lo cotidiano como cocina, moda , productos comerciales , en parte debido a que la televisión surgió como un instrumento de descanso en los momentos dedicados al hogar e incluso para acompañar tareas domésticas.

Por otra parte, el giro trascendental que ha sufrido la televisión en la última década, ha llevado a que, como se ha dicho, exista una multiplicación en la oferta de canales y de programas de televisión. En la actualidad hay cientos de canales que se dirigen a grupos objetivos con intereses en temas específicos y de esa manera captan una parte de la audiencia, a la que dirigen una publicidad determinada. En este sentido, la afirmación de Jhon Ellis sobre que para cada grupo de interés hay un mercado, se ve claramente reflejada en la oferta televisiva actual. De este modo, en los canales de cable, que comúnmente se dirigen a públicos y a audiencias fragmentadas alrededor del globo, se observa una proliferación de canales temáticos que tratan diversos temas como: viajes, aventura, mecánica, historia, artes, entre otras miles de opciones; la cocina es uno de los temas al que más apuntan este tipo de canales.

Así, desde cocina gourmet, hasta concursos de comida se presenta un amplia oferta de programas de cocina con diferentes formatos y poca variedad de contenido que se dirigen públicos objetivos que les interesa el tema. Los programas de cocina son un buen ejemplo de lo que sucede con la oferta televisiva en la actualidad, la ultra especialización temática que abarca a la audiencia mundial desde varios tipos de programas, con formatos diversos pero con contenidos similares. Para realizar este proyecto se observaron al menos treinta programas

⁷¹ Denise Lynn Mann, *Private Screenings: Television and the Female Consumer*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 1992, p. 18.

de canales de cable que se especializan en cocina. Una de las conclusiones que se pudo determinar durante la observación, es que las mujeres son un grupo importante para el mercado. Aunque esta conclusión no es nueva y ya se ha hablado de cómo se utiliza a la mujer por medio de estereotipos que sirven al consumo, resulta importante nombrarlo porque se mantiene latente.⁷² El concepto de mujer está ligado tanto al tema de mamá, al de mujer profesional, al de feminidad. Los roles que cumple la mujer en la sociedad actual la convierten en un excelente consumidor que se debe desempeñar de la mejor manera en cada rol que la sociedad le impone.⁷³ Así los canales especializados, y específicamente los de cocina y hogar, han fortalecido a este grupo objetivo que es amplio y que tiene diversos matices. De este modo, los canales del hogar y la familia, si bien se publicitan como familiares, están diseñados para atraer a las mujeres en ese ámbito que es la maternidad, cabeza del hogar, la casa, la cocina. En el Anexo N° 8 del capítulo dos de este trabajo se detalla la oferta de programas de cocina de señal de cable, los formatos y contenidos. Sin embargo, vale mencionar algunos canales y programas importantes para tener una idea, en general, de la oferta de programas de cocina que existe en la televisión actual.

Por ejemplo, un caso claro y visible de canales diseñados para la mujer es *Casa Club TV*, especializado en amas de casa, de señal cable, que se transmite para Latinoamérica y Estados Unidos. Los temas que se tratan están estereotípicamente concebidos para amas de casa como: cocina, decoración, jardinería, cosmética. Al menos la mitad de la malla de programación está dedicada a programas de cocina, muchos de producción estadounidense. En este canal el matiz de los programas de cocina es que tienen un sentido de hogar. Es decir,

⁷² *Ibíd.* p 18-20

⁷³ *Ibíd.*

facilitan y mejoran la calidad de vida de amas de casa que trabajan para mantener a sus hijos, esposos y a sí mismas en perfectas condiciones. Así, algunos de los programas son: *Cook Yourself thin*, un programa que enseña a cocinar con bajas calorías, de manera saludable y deliciosa o *Inspírate con Sandra Lee*, programa en el cual la conductora prepara recetas fáciles, cortas y deliciosas con ingredientes semi-preparados en el menor tiempo posible o *Solo 5 Ingredientes* que entrena a las amas de casa a hacer platos deliciosos con pocos ingredientes que pueden tener en su refrigeradora. De esta forma, los programas de cocina en este canal están pensados de acuerdo a las necesidades de amas de casa a las que se les provee de soluciones para necesidades cotidianas del hogar.

Por otra parte, en la oferta televisiva de cable existe un canal especializado en cocina gourmet, cocina de autor y en el tema culinario desde el campo profesional. *El Gourmet* es un canal especializado en gastronomía y en cuanto al contenido, la parrilla de programación de *El Gourmet*, tiene gran variedad de programas de cocina, algunos, tratados desde una temática cultural, aunque en la mayoría de los casos, se muestran los modos de preparar diferentes tipos de comida alrededor del mundo de una forma especializada, consejos para amas de casa que les gusta la cocina y les interesa aprender más a fondo sobre técnicas de cocina de autor. Por ello, la característica innovadora de este canal es que los conductores son *Chefs*.⁷⁴ La estética de los sets para los programas que se transmiten en este canal, en la mayoría de los casos, son similares: cocinas blancas con pocas combinaciones de color que posicionan la idea de que el canal trabaja con profesionales del medio culinario, *sets* nítidos y diseñados para profesionales de la cocina.

⁷⁴ Elgourmet.com, programación. Internet. <http://elgourmet.com/programacion>. Acceso: 7 de mayo 2011.

Asimismo, en la señal de cable existe otra línea de canales especializados en viajes y aventura como es *Travel Channel* que oferta varios programas de cocina en el que la temática suele ser viajes culinarios, un ejemplo es el famoso programa *Sin Reservas* con un *Chef* que es el de conductor. Además, es famoso por sus apreciaciones culinarias alrededor del mundo es carismático y viajero o *Bizarre Food*, programa en el cual el conductor no tiene miedo de probar las comidas más exóticas y extrañas de todo el mundo.

Finalmente, los programas de cocina son un formato típico de la televisión comercial que atrae al público y tiene gran éxito. De ahí las posibilidades de enganchar a la audiencia que este formato específico puede posibilitar. Sin embargo, al mismo tiempo, al ser un producto tan utilizado, también genera una desventaja porque se ha visto varias formas de cocinar en televisión lo que podría no ser novedad.

1.4. Programas de televisión sobre cocina ecuatoriana

La cocina ecuatoriana no ha sido especialmente publicitada dentro del Ecuador y menos en el mundo aunque, sin duda, su variedad y características culinarias la convierten en un elemento importante en el ámbito turístico, social y cultural del país. Sin embargo, en los últimos años, en parte debido a la que las carreras de gastronomía, hotelería y turismo se han multiplicado en el país, muchos profesionales se han interesado en dotarle a la cocina ecuatoriana de los elementos para su exportación y difusión en el Ecuador y en el mundo. Asimismo, el hecho de que la gastronomía peruana se posicionara en el mundo de manera exitosa ha sentado la premisa para que algunos sectores empiecen una discusión sobre el tema culinario en el Ecuador. En parte, como una forma de publicitar al país turísticamente y desde un sentido cultural de reconocimiento de la cocina ecuatoriana como un componente

importante de identidad. Así lo afirma Mauricio Armendaris, Presidente de la Asociación de Chefs del Ecuador, que ha publicado algunos libros de recetas tradicionales del Ecuador y que trabaja junto al Ministerio de Turismo por posicionar la cocina ecuatoriana en el mundo. Por otra parte, Julio Pazos escritor e investigador de la cultura culinaria del Ecuador señala que hay muy poca investigación en torno al tema culinario en el país por lo que es difícil encontrar programas sobre cocina del Ecuador nacional e internacionalmente.

Durante la observación dirigida que se realizó para esta investigación se constató que la mayor parte de programas de cocina que oferta la televisión de señal abierta no tratan específicamente el tema de cocina del Ecuador. Sin embargo, algunos segmentos de noticieros que se especializan en la comunidad tratan información breve de la cocina ecuatoriana. La información detallada sobre los formatos y opciones de programas de cocina de señal abierta se encuentran el Anexo N° 7 del segundo capítulo de este proyecto. Asimismo, la cultura alrededor de la cocina ecuatoriana casi no se ha tratado en televisión por lo que el tema ofrece una oportunidad de difusión, memoria y apropiación de este aspecto de la cultura y de la identidad de los ecuatorianos.

Capítulo II. Posibilidades de un programa de televisión cultural de cocina ecuatoriana basado en la teleaudiencia

2.1. Introducción al estudio de diagnóstico

Una parte importante del proyecto son los resultados del diagnóstico que se realizó para el diseño del mismo. Las ideas sobre televisión cultural de los autores que se mencionan en el primer capítulo contemplan el crear una televisión que se dirija a ciudadanos, que no sean únicamente consumidores y que, por lo tanto, se interesen e intervengan en la construcción televisiva de sus naciones.⁷⁵ Por ello, desde ese punto de vista, se realizó un diagnóstico que tuvo en cuenta las perspectivas de las personas, su opinión e ideas como televidentes en cuanto a un programa de televisión de cocina ecuatoriana tratado desde un enfoque cultural. Como señala Guillermo Orozco “(...) Las audiencias de televisión (...) deben participar cada vez más informadas como interlocutoras de este medio y no sólo como meras espectadoras (...)”.⁷⁶ “Por eso, la exploración de sus procesos de ver TV constituyen una prioridad de investigación, ya que es justamente en ellos y desde ellos que es posible aprehender su agencia real y entender sus prácticas comunicativas”⁷⁷ Este diagnóstico es un acercamiento, según las posibilidades de este proyecto, a un segmento de televidentes que aportaron con sus visión para el diseño del programa planteado.

2.1.1. Objetivos

Objetivo: Determinar las posibilidades de un programa cultural de cocina ecuatoriana en la televisión basado en las preferencias/necesidades de las teleaudiencias.

⁷⁵ Omar Rincón, comp, .Televisión pública: del consumidor al ciudadano, Buenos Aires, La Crujía, 2005.

⁷⁶ Guillermo Orozco, *Televisión y audiencias un enfoque cualitativo*, Madrid, Ediciones de la Torre, Universidad Iberoamericana, 1996, p.19.

⁷⁷ *Ibíd.*

Objetivos específicos:

1. Identificar las preferencias de la audiencia en televisión.
2. Reconocer qué tipos de programas de cocina existen en la oferta televisiva.
3. Determinar los contenidos de un programa de cocina ecuatoriana con enfoque cultural.
4. Establecer los parámetros del diseño de producción de un programa de cocina ecuatoriana con contenido cultural.
5. Determinar en qué tipo de canal podría presentarse la propuesta.
6. Establecer qué elementos de producción (conducción, formato, tratamiento audiovisual) prefiere ver el público en un programa de televisión sobre cocina ecuatoriana con contenido cultural.

2.1.2. Métodos de recolección de información

El diagnóstico se realizó entre enero y abril de 2012. Tres entrevistas se llevaron a cabo en marzo de 2011, en la ciudad de Quito. La mayor parte de los informantes clave fueron adultos de 22 a 77 años de edad de clase media de Quito. Cien de ellos residen en otras provincias como: Manabí, El Oro, Santo Domingo, Loja, Imbabura y Esmeraldas. Además, se entrevistó a tres productores de televisión ecuatoriana, Jorge Guerrero, productor general de Ecuador TV, José Alejandro Adum, director de post-producción de Telerama. También, se acudió a Julio Pazos, escritor e investigador de la cocina ecuatoriana y a Mauricio Armendaris presidente de la Asociación de Chefs del Ecuador. Las técnicas aplicadas para la recolección de información fueron: encuesta, entrevista, observación dirigida, revisión documental y grupo focal.

2.1.3. Variables del diagnóstico

2.1.3.1. Variables de datos generales

- a. Características del contexto comunicativo (datos generales de televisión en el Ecuador; penetración del medio en la población, tenencia de TV en el hogar, datos cuantitativos de canales de TV)
- b. Edad y género de la población
- c. Nivel de instrucción
- d. Problemas y necesidades comunicativos
- e. Canales de acceso (acceso a televisión del grupo meta)

2.1.3.2. Variables específicas

- a. Valoración de televisión nacional
- b. Valoración de tv pública (nacional)
- c. Preferencia de géneros televisivos
- d. Preferencia de formatos informativos
- e. Preferencias formatos de entretenimiento
- f. Características de programas de cocina
- g. Preferencias de programas de cocina
- h. Grado de interés en el proyecto
- i. Preferencias de contenido para el proyecto
- j. Preferencia de formato para el proyecto
- k. Preferencias de conducción para el proyecto
- l. Preferencias de tratamiento audiovisual para el proyecto

m. Preferencia de horario para el proyecto

2.2. Técnicas de recolección de información

Encuestas: Del 10 al 20 de marzo de 2012 se realizaron trescientas encuestas a adultos de 22 a 77 años de edad, la mayoría residen en la ciudad de Quito. Cien de ellos viven en otras provincias como: Manabí, El Oro, Santo Domingo, Loja, Imbabura y Esmeraldas. El objetivo de las encuestas fue recoger apreciaciones generales sobre televisión nacional, viabilidad del proyecto en la audiencia, determinar las preferencias del público en cuanto a: programas de televisión, programas de cocina, horarios, géneros y formatos televisivos. Asimismo, se procuró determinar, cuáles son los elementos más importantes en un programa de televisión y qué aspectos de la cocina ecuatoriana debería tratar un programa de televisión según la audiencia. (Ver anexo N°1)

Entrevistas: el 11 de marzo de 2011 se realizó una entrevista a Jorge Guerrero, productor general de Ecuador TV, con el objetivo de reconocer las diferencias entre televisión pública y comercial, determinar cómo se maneja el presupuesto y cuáles son los parámetros para los programas de televisión que se emiten por la televisión pública. Igualmente, se indagó sobre la viabilidad del proyecto planteado para ser emitido por la televisión pública. (Ver anexo N°2)

El 14 de marzo de 2011 se entrevistó a José Alejandro Adum, director de post-producción de Telerama para examinar las posibilidades del proyecto en la televisión comercial, evaluar el contenido y el formato planteados en la propuesta original. (Ver anexo N°3)

El 22 de febrero de 2012 se realizó una entrevista a Mauricio Armendaris, presidente de la Asociación de Chefs del Ecuador con el objetivo de examinar qué aspectos de la cocina ecuatoriana se deberían tratar en un programa de televisión. (Ver anexo N°4)

El mismo día, se entrevistó a Julio Pazos con el objetivo de examinar cómo organizar el proyecto propuesto según el contenido y determinar con qué criterios se debería mostrar la variedad de productos alimenticios que existen en el Ecuador, para diseñar el plan de producción del programa. (Ver anexo N°5)

Observación dirigida: Del 18 al 25 de marzo de 2012 se realizó la observación dirigida de 11 canales de señal abierta y 6 de cable que ofertan programas de cocina, con el objetivo de verificar si existe un programa de cocina ecuatoriana tratado desde la perspectiva cultural, examinar los formatos que se utilizan en los programas de cocina, reconocer qué nuevas propuestas existen, los horarios en los que se transmiten, a qué público se dirigen, los contenidos que tratan y el tratamiento audiovisual que utilizan. (Ver anexos N°6 y N°7).

Documentación: En marzo de 2012 se realizó la revisión y recolección de documentos con el objetivo de revisar datos sobre teleaudiencia ecuatoriana, cifras de penetración de la televisión en la población ecuatoriana, percepción de los medios públicos, datos de canales de televisión abierta y opinión sobre televisión comercial por parte de la población ecuatoriana (Datos de datos del INEC, Encuestas de Supertel, Conatel y Ciespal)

Grupos focales: El 31 de enero de 2012 se realizaron tres grupos focales con participantes adultos de 20 años en adelante, de clase media y media alta de Quito. Los grupos se segmentaron por edades de 20 a 30 años, de 30 a 40 años y de 40 años en adelante, con el objetivo de determinar las preferencias de contenido, tratamiento audiovisual, valoración del proyecto, tipo de producción, público específico al que podría dirigirse un programa de televisión de cocina ecuatoriana. Todos los participantes de los grupos focales tienen o tuvieron acceso a educación superior, algunos a educación de cuarto nivel. Es importante decir que todos tienen una ocupación, que da cuenta de su estrato social y nivel de instrucción. De

este modo, en el primer grupo, de 20 a 30 años de edad, la mayoría de los participantes son estudiantes universitarios, de carreras como: ingeniería civil, educación parvularia, negocios internacionales, medicina y veterinaria. Cinco de ellos, han culminado con sus estudios: una de ellos es diseñadora gráfica y se dedica a su profesión, al igual que los otros cuatro participantes que son comunicadores. Para tener una idea de su nivel económico, los participantes del grupo 1 estudian o estudiaron en universidades privadas como: UDLA, UIDE, PUCE y UTE

Entre los colaboradores del grupo dos, de 30 a 40 años de edad, todos han pasado por la universidad, aunque algunos egresaron de las carreras sin graduarse. Sin embargo, todos se dedican a diversas ocupaciones como: ilustración, ventas, asistencia de gerencia, gerencia, diseño gráfico, comunicación. Dos son propietarias de una empresa pequeña de postres y una es estudiante de un MBA. En el grupo número 3, de 40 años en adelante, al igual que en el grupo 2, la mayoría de los participantes asistió a la universidad, pero algunos no culminaron sus estudios o no se graduaron. Entre las ocupaciones de este grupo están: profesor universitario, consultor para el estado, propietaria de empresa importadora, propietario de empresa de productos de agro, psicóloga, actriz, cantante, periodista, dos vendedoras y un vendedor de bienes raíces. Una de las participantes es ama de casa. Igualmente, otro aspecto importante que se consultó en el registro de los grupos focales (ver anexo N°9) fue si los participantes se suscriben a televisión por cable o no. Solamente 6 de los 31 participantes no se suscribe a televisión por cable, lo que también es una muestra del nivel de económico de los participantes.

Durante los grupos focales, actuaron como moderadoras, Gladys Cornejo, María Isabel Bermeo y Andrea González, como observadores Andrés Illescas, Isabel Borja y Ana Lía

Borja, la información se registró en apuntes y en una grabadora de audio. Debido a que se requería fluidez y total honestidad en la dinámica de grupo no se grabaron las conversaciones de los grupos focales en video. (Ver anexo N°8)

2.3. Análisis de Resultados del diagnóstico

2.3.1. Análisis de variables de datos generales

Características del contexto comunicativo:

Según estadísticas del INEC en 2011 el equipamiento de televisores en los hogares ecuatorianos fue de 86%, lo que demostró un crecimiento con respecto a años anteriores como se puede ver en la tabla de tenencia de televisores en hogares ecuatorianos y en el Gráfico N°1.

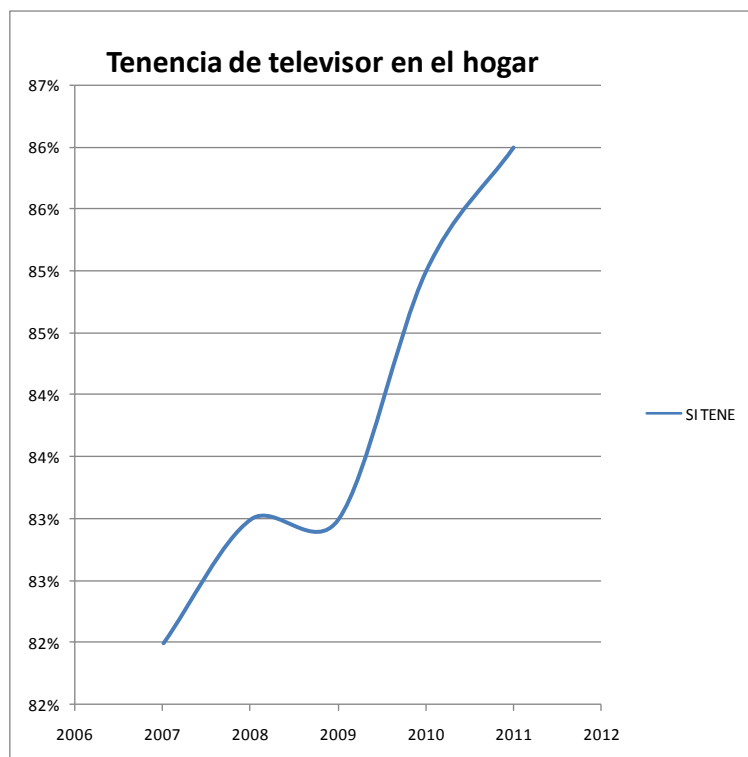
**Tenencia de
Televisores en Hogares**

AÑO	SI TENE	NO TIENE
2007	82%	18%
2008	83%	17%
2009	83%	17%
2010	85%	15%
2011	86%	14%

Fuente: INEC⁷⁸

⁷⁸ Ecuador en Cifras. Ciencia y tecnología. Tenencia de televisores. Internet.
<http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/cienciaTecnologia.html#>. Acceso: 14 de junio de 2012.

Gráfico N°1



Fuente: INEC⁷⁹

Asimismo, según un informe realizado para el Observatorio Iberoamericano de Televisión (OBITEL) en 2010 publicado por de CIESPAL, que se basa en datos del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), en el Ecuador existen siete emisoras nacionales de señal abierta (Teleamazonas, Ecuavisa, RTS, Canal Uno, ECTV, Gama TV y TC televisión)⁸⁰, las cuatro primeras son comerciales, la quinta es pública y las dos últimas incautadas. La emisora con más audiencia, en 2010, fue Ecuavisa con el 7.30% de raiting. 81

⁷⁹ *Ibíd.*

⁸⁰ Ayala Alexandra, Herrera Cesar, *Ecuador la ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones en calidad temática*. Internet. <http://issuu.com/ciespalmediaciones/docs/obitelinformecuador?mode=embed&layout=http%3A%2F%2Fskin.issuu.com%2Fv%2Fflight%2Flayout.xml&showFlipBtn=true>, Quito. CIESPAL. P. 3. Acceso: Marzo 2012

⁸¹ *Ibíd.*P.3

Asimismo, según la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL), el 71% de estaciones o canales de televisión de señal abierta en el ámbito nacional son comerciales privados, sobre 29% que son de servicio público y el 0% comunitarios.⁸²

Por otra parte, según el informe para el OBITEL, “En el Ecuador la Televisión es el medio de comunicación más importante en términos de penetración en el mercado, accesibilidad y uso por parte de la población”.⁸³

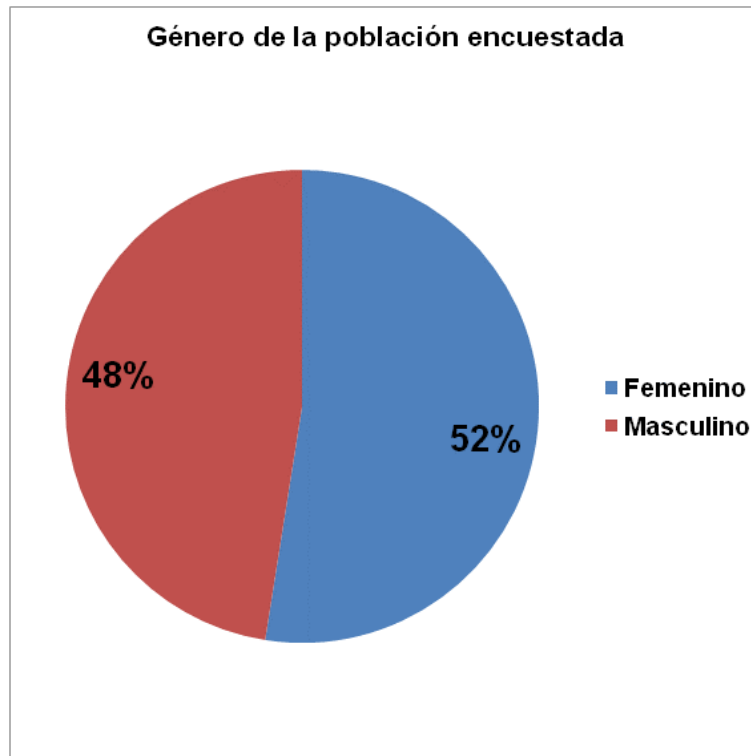
2.3.1.1. Edad y género de la población

La población encuestada está entre los 22 y 77 años de edad. El 52% de las encuestadas fueron mujeres y el 48% hombres, tal como expresa el Gráfico N° 2. En los grupos focales se constituyeron tres grupos: Uno de 10, uno de 9 y uno de 12, lo que dio un total de 31 personas. De ellos, 17 fueron mujeres y 14 hombres. Los participantes de los grupos focales tienen de 20 a 70 años de edad. (Ver Anexo N°9)

⁸² Supertel, *Resumen estadístico de tipo de categorías de estaciones de televisión abierta autorizadas en el ámbito nacional, por provincias*.
Internet.http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/categorias_tv.pdf. Mayo 2012, Marzo 2012.

⁸³ *Ibid.* P. 2

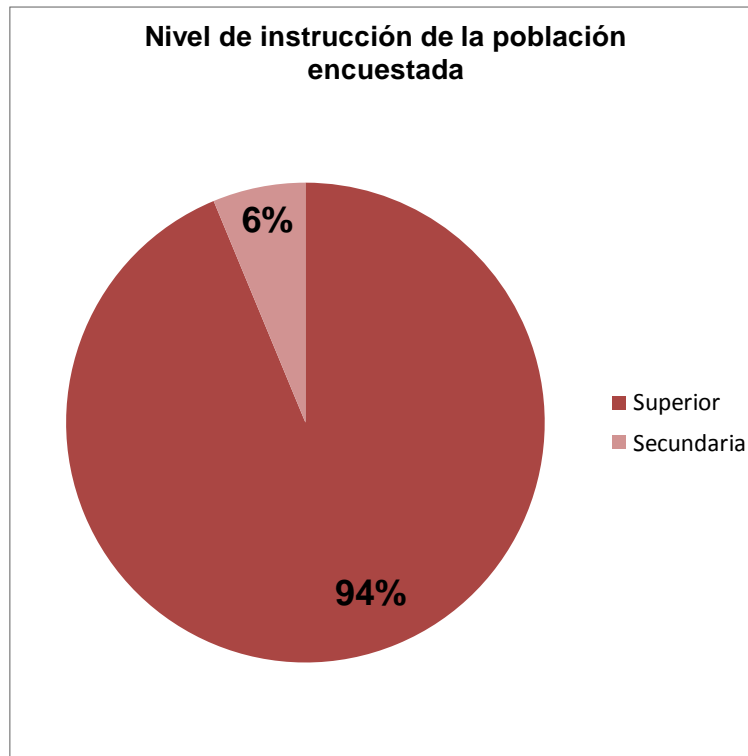
Gráfico N°2



2.3.1.2. Nivel de instrucción

El 94% de personas encuestadas tiene un nivel de instrucción superior, el 6% restante tiene un nivel de educación secundaria. En los grupos focales todos los participantes accedieron o acceden a un nivel de instrucción superior. (Ver Anexo N°9)

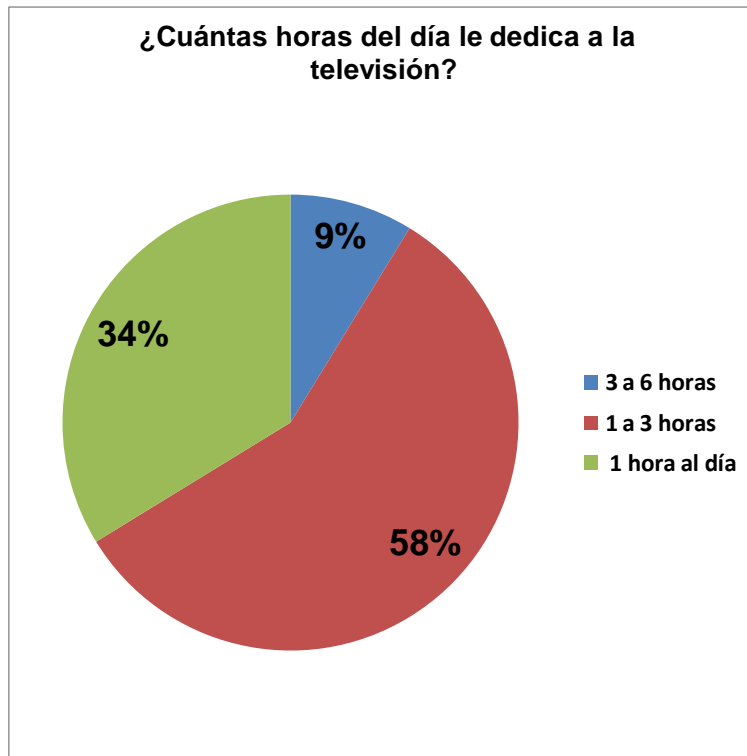
Gráfico N°3



2.3.1.3. *Canales de acceso*

En la pregunta a cerca de cuántas horas dedicaban a la televisión el 58% de los encuestados respondió que veía de una a tres horas de televisión al día, por encima de un 34% que veía una hora o menos y un 9% que le dedicaba a la televisión de tres a seis horas diarias. Todas las personas encuestadas acceden a la televisión. En los grupos focales se constató que todos los participantes tienen televisión. 25 de los 31 participantes se suscribe a televisión pagada. (Ver anexo N°9)

Gráfico N°4



2.3.1.4. Problemas y necesidades comunicativos

Según el informe realizado para OBITEL en 2010, la ficción televisiva era el género que más espacio tenía en la televisión de señal abierta. Dentro de este, la telenovela fue el formato más representativo. De 7.522 horas exhibidas en distintos programas de televisión ecuatoriana en 2009, la telenovela ocupó el 21% por encima de los telediarios con 14,6% y de las series con 10,7%. La ficción ocupó casi un 44% del total de horas exhibidas, lo que demuestra un desequilibrio entre géneros de información, ficción y entretenimiento en la oferta en los canales de señal abierta⁸⁴.

⁸⁴ Ayala Alexandra, Herrera Cesar, *Ecuador la ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones en calidad temática*. Internet.

Durante la observación dirigida se revisaron 11 canales de señal abierta y 6 de cable y se constató que, tanto en la televisión de señal abierta como en la de cable, no existe un programa de televisión de cocina ecuatoriana con contenido cultural, histórico y de identidad del Ecuador. A pesar de que en el *Gourmet Channel*, un canal especializado en gastronomía, existe gran oferta de programas de televisión de cocina de varios países de Latinoamérica, no existe uno de cocina ecuatoriana.

De este modo, se registró solamente una emisión sobre cocina ecuatoriana, durante la observación dirigida “Sin Reservas: Ecuador” con Anthony Bourdain. Sin embargo, vale recalcar que este programa solo hace una emisión sobre cada país y la misma presenta la cocina más representativa, el criterio suele ser comida “exótica”, por lo que el enfoque del programa no es de rescate, historia, cultura o identidad del Ecuador.

Por otra parte, en algunos segmentos de programas de variedades de canales de señal abierta, la cocina ecuatoriana apareció de modo breve y combinado con cocina internacional. En dos segmentos de programas de información dedicados a la comunidad se habló del tema desde un enfoque en el sentido de rescate. Sin embargo, para Julio Pazos “No hay un interés a profundidad sobre la cocina ecuatoriana”. Igualmente para Mauricio Armendaris, “Se ha perdido la manera de alimentarnos debido a la influencia del *fast food*, y hay una aculturización debido a que no tenemos claras nuestras raíces. Así se pierde el valor de lo nuestro, de lo propio”. (Ver anexos N° 5 y N°6)

En los grupos focales, la mayor parte de personas dijo que los programas de cocina que se ofertan en los canales nacionales les parecen repetitivos y aburridos, pero piensan que sería

interesante ver un programa de televisión sobre la riqueza culinaria de Ecuador, mostrarla y rescatarla. Mauricio Armendaris afirma que un producto comunicativo es una excelente manera para que la gente conozca sobre platos de la cocina ecuatoriana desde la perspectiva cultural, ya que muchos platos se han perdido debido al desconocimiento que existe sobre el tema. Para Julio Pazos es importante que se investigue sobre el tema y que se genere información sobre cocina del Ecuador, ya que se ha investigado poco y superficialmente sobre un tema que es relevante para una cultura. (Ver anexos N° 5 y N°6)

2.3.2. Análisis de variables de datos específicos

2.3.2.1. Valoración de tv nacional (señal abierta)

Una encuesta de usos, hábitos, y preferencias de televisión en el Ecuador realizada por Supertel en 2009 destacó que las dos terceras partes de la población califican a la televisión ecuatoriana como buena, lo que quiere decir que solo ocho de cada cien hogares considera que es mala y el resto intermedia⁸⁵.

Sin embargo, en el diagnóstico realizado para este proyecto, en lo que se refirió a televisión comercial de señal abierta, en las encuestas, las personas mostraron su inconformidad con los programas de entretenimiento que ofertan los canales a nivel nacional. (Ver Gráfico N°4)

Asimismo, en los grupos focales, en el espacio dedicado a conversar sobre televisión nacional, los participantes fueron enfáticos en los tres grupos, todos estuvieron de acuerdo en que la televisión ecuatoriana es pésima y poco original. Algunos, dijeron que solo ven televisión por cable y hablaron de que muchos programas nacionales son racistas,

⁸⁵ Supertel, *Informe para la definición e implementación de la televisión digital terrestre en Ecuador*. Internet. http://www02.supertel.gob.ec/pdf/publicaciones/informe_tdt_mar26_2010.pdf. P. 52. Acceso: Mayo 2012

homofóbicos y sexistas. También discutieron de que la televisión nacional expresa vulgaridad y doble sentido. Una participante dijo: “Todos los canales han perdido los propósitos de la televisión: comunicar, entretener, y educar”. Además los participantes en los tres grupos se refirieron a que muchos programas producidos en la televisión nacional son “malas copias de programas extranjeros”, lo que se constató en la observación dirigida de canales de señal abierta.

Cuando se les pidió que escogieran un programa rescatable de televisión nacional, que no fuera noticiero, tuvieron problemas en mencionar alguno. Sin embargo, en el primer grupo, de 20 a 30 años de edad, recordaron programas antiguos que ya no son parte de la parrilla de televisión actual, tales como “Arcandina” e “Historias personales”. Del último explicaron que lo veían por el sentido de pertenencia ya que el escenario los identificaba, pero dijeron que la producción era pésima y tenía malas actuaciones.

En el segundo grupo, de 30 a 40 años de edad, rescataron a “Mitos y verdades” como uno de los pocos programas buenos que oferta la televisión nacional y en el tercer grupo, 40 años en adelante, un participante dijo que “América Vive” es un buen programa porque no es estático, abarca varios temas y el presentador sabe como guiar al espectador lo que coincide con las preferencias de formatos de información que se observó en las encuestas, en las que la Revista de actualidad ocupaba el segundo lugar en formatos de información. (Ver gráfico)

2.3.2.2. Valoración de Ecuador TV

En cuanto a la percepción y valoración del canal público, ECTV, en una investigación realizada por Ciespal en 2009 sobre la percepción de la ciudadanía a cerca de los medios públicos, los resultados de las encuestas revelaron que el 32% (porcentaje más alto) de

personas a las que se encuestó en la ciudad de Guayaquil y el 30,5% en Quito, respondió que nunca ve ECTV de entre varias razones como: todos los días, de vez en cuando, rara vez y no sabe que existen. Aunque solamente, un 4.5% en Quito y un 1.8% en Guayaquil no sabe cuál es el canal público la mayoría nunca lo sintoniza.⁸⁶

En los grupos focales realizados para este proyecto, los participantes del primer grupo dijeron que ECTV tiene buenas propuestas. Asimismo, un participante habló sobre el público al que se dirige la televisión pública y sobre esto opinó que: “A la mayor parte de gente no le gustan los programas que propone la televisión público, se trata de invertir en publicidad para lograr que el público se interese”. Esta opinión fue secundada por el resto de participantes.

En el grupo dos, los participantes comentaron sobre el canal público como un medio de rescate del Ecuador en varios aspectos. Además dijeron que se presentan propuestas que nunca serían parte de la televisión comercial. Sin embargo, coincidieron con el grupo uno en que es un canal nuevo y que la producción no es excelente. Uno de los puntos importantes del que se habló en este grupo es que el canal público ha dado un primer paso para hacer algo distinto, pero tiene que mejorar, volverse autosustentable y no estancarse. En el tercer grupo, se refirieron al canal público a través de programas como “Dónde yo vivo” y dijeron que los programas dedicados a recorrer el Ecuador son interesantes.

Jorge Guerrero, productor general de Ecuador TV, dijo que en Ecuador mucha de la gente que no está conforme con la televisión comercial de señal abierta, tampoco tiene cable. “El porcentaje de gente que tiene cable está entre el 10% y el 15%, lo que es bajo”. “Nosotros apelamos al otro televidente y al posicionamiento de franjas horarias.” Así se refirió a que no

⁸⁶ *Ibíd.* P. 16

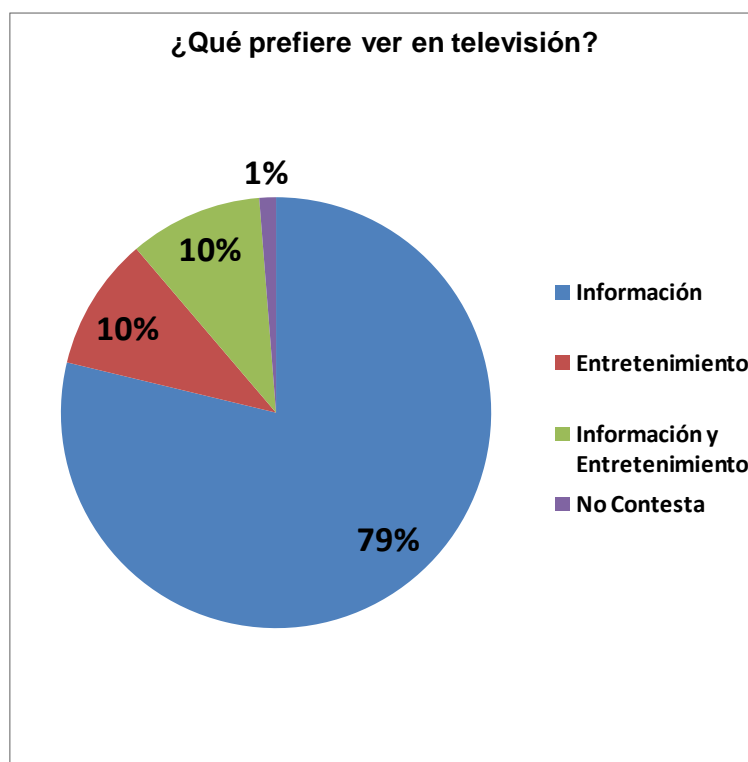
se miden con criterios de raiting y dijo que ECTV apela al nuevo televidente como los niños y adolescente, por esa razón, gran parte de su parilla de programación se dirige a este público. (Ver anexo N° 2) En el informe de OBITEL de 2010 antes mencionado, se observó que el canal con menos audiencia fue ECTV con el 0,60%. ⁸⁷

2.3.2.3. Preferencias de género televisivo

Es importante recalcar que en esta investigación no se tomó en cuenta al género de ficción, el contenido que se propone para el proyecto se basa en los formatos que se utilizan en géneros de información y entretenimiento, no de ficción. De este modo, en cuanto a las preferencias de género televisivo, como se observa en el Gráfico N° 1, el 79% de los encuestados respondió que prefiere ver información por encima de un 10% que prefiere ver entretenimiento y sobre un 10% que escogió las dos opciones, el 1% restante no respondió a la pregunta.

⁸⁷ Ayala Alexandra, Herrera Cesar, *Ecuador la ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones en calidad temática*. Intenet.
<http://issuu.com/ciespalmediaciones/docs/obitelinformecuador?mode=embed&layout=http%3A%2F%2Fskin.issuu.com%2Fv%2Fflight%2Flayout.xml&showFlipBtn=true>. Quito. CIESPAL. P. 4 Acceso: Marzo 2012, Marzo 2011.

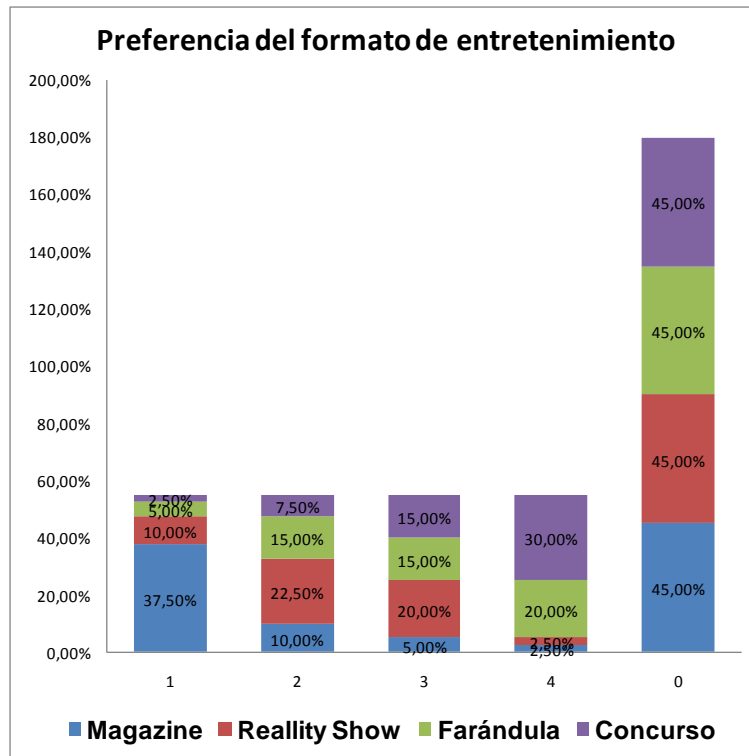
Gráfico N°5



2.3.2.4. *Preferencia de formatos de entretenimiento*

En las encuestas se constató que a la mayor parte de personas consultadas no les gustan los programas de entretenimiento que ofrecen los canales nacionales de señal abierta. De esta manera, cuando se pidió que dieran un orden jerárquico a las opciones de la pregunta número nueve (Ver anexo N°1), el 45% de las personas no respondió a la pregunta correctamente. En varias ocasiones escribieron “1”, “0” o “4” en todas las opciones u oraciones como “Ninguno de los anteriores”. Sin embargo, de las personas que contestaron a la pregunta, el 37,5% le dio a magazine el puesto número uno, por encima del 10% que le dio el número uno al Reality Show, el 5% a Farándula y el 2,5% a concurso.

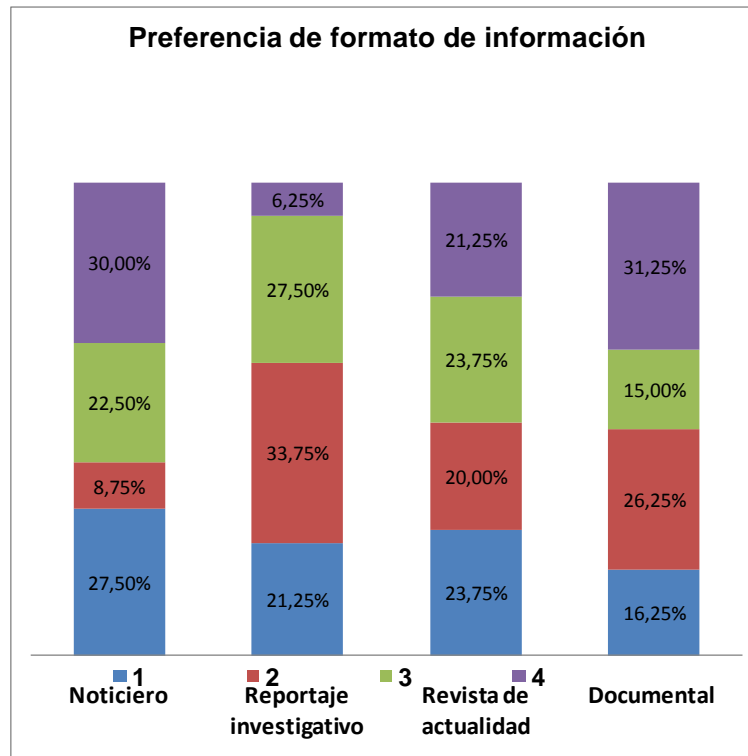
Gráfico N°6



2.3.2.5. Preferencia de formatos de Información:

En cuanto a los formatos informativos, en los resultados de las encuestas, como está expresado en gráfico N°3, el 27,5% de personas le dio a los noticieros el número uno de los formatos de información. A este le siguió la revista de actualidad al que 23,75%, le puso en primer lugar y el reportaje investigativo con 21,25% de personas que pesaron que merecía el número uno, mientras que, solo 16,25% dijo que el documental merecía el puesto número uno. El 11.25% no respondió a la pregunta.

Gráfico N°7



Es importante mencionar que el reportaje investigativo recibió el puesto número dos (segundo mejor) con el 33,75% de encuestados que pensaron que merecía el número dos en formatos informativos.

En los grupos focales el primer grupo, de 20 a 30 años de edad, dijo que la televisión de señal abierta es tan mala que incluso en los noticieros se nota que no hay guiones y se improvisa. En el segundo grupo de, 35 a 45 años, los participantes dijeron que lo único que ven de televisión nacional son los noticieros porque es necesario, lo mismo que el tercer grupo, de 45 años en adelante.

2.3.2.6. Características de programas de cocina:

a. Programas de cocina señal abierta

Durante la observación dirigida se verificó que la mayoría de programas de cocina que se ofertan en los canales de señal abierta tiene un formato similar: se preparan recetas fáciles, con ingredientes de marcas determinadas que se publicitan a través de los platos que se preparan durante el programa. Son de larga duración, utilizan pocos tipos de plano, música pop latina. El presentador, generalmente, es conocido en la farándula nacional y en el tiempo que duran, a veces en una hora de espacio, preparan un plato o máximo dos. Ocupan las franjas horarias de la mañana. Algunos ejemplos de este formato son: “Cocinando con Carmine”, transmitido por Telesucesos; “Hoy en la cocina” transmitido por Telerama, “Pan Nuestro” transmitido por Ecuavisa, aunque es mejor el tratamiento audiovisual la idea es la misma. Este mismo formato se utiliza en los segmentos de cocina de los programas de variedades como “Dueños del medio día” transmitido por Gama TV, con el segmento “Mollinari: el chef del Ecuador” o El club de la Mañana, transmitido por RTS con el segmento “Sabor Sabor”. (Ver anexo N° 6)

Asimismo, Ecuavisa Internacional, y Teleamazonas tienen programas informativos dedicados a la comunidad que incluyen segmentos de cocina del Ecuador. En el primer caso, El Vecino, un programa de denuncia de la situación de distintos barrios de Quito, cuenta con un pequeño espacio en que el presentador visita a cocineras populares degusta y muestra la preparación de platillos tradicionales de Quito. En el segundo caso, el Noticiero 24 horas de Teleamazonas en la emisión del medio día tiene un segmento dedicado a la comunidad en el que se incluye un espacio sobre cocina del Ecuador “Rescate de los sabores tradicionales del

Ecuador”, en este, se presenta un reportaje corto sobre las características e ingredientes de un plato específico y se visita la localidad típica en la que se prepara el platillo.

b. Programas de cocina señal cable

Los programas de cocina que se presentan en cable tienen distintos formatos que abarcan *Reallity show*, variedades, entrevistas, reportaje de investigación, programa de cocina, formatos mixtos. (Ver anexo N°7). Para este diagnóstico se revisó al menos 30 programas de cable y se prestó especial atención a los que los participantes de los grupos focales se refirieron o a los que se puso de ejemplo en las encuestas. En los canales de señal de cable hay varios programas de cocina e incluso canales especializados en el tema culinario. Asimismo, existen otros canales dedicados al hogar como Utilísima o Casa Club TV en los que gran parte de la malla de programación está dedicada a programas de cocina. También, existen canales como Travel Channel, Fox Life y *TLC* en los que se oferta gran variedad de programas de cocina. De este modo, la oferta es bastante extensa. (Ver anexo N°7)

c. Canales especializados en Hogar

La señal de cable ofrece varios canales especializados en el Hogar y la familia para este análisis se ha tomado 6: *Gourmet Channel*, *Travel Channel*, *Fox Life*, *TLC*, Utilísima y Casa Club TV. La mayor parte de programas de *Gourmet Channel* se dirigen a un público específico al que le gusta la cocina de autor, los conceptos de alta cocina e información sobre gastronomía. Son programas con chefs conductores que tienen alta calidad en la preparación, información y presentación de los platos que preparan. En este canal la cocina se presenta de un modo profesional y artístico.

En canales como Utilísima y Casa club TV la variedad de formatos de programas de cocina es grande (Ver Anexo N° 7 Utilísima y Casa Club TV). Estos programas se concentran en amas de casa y mujeres cabeza de familia, son canales especializados en este target, los programas son menos formales que en el *Gourmet Channel*, por el tipo de presentadores y formatos que apelan al entretenimiento. En canales como *Travel Channel* la cocina se combina con los viajes como Sin reservas o *Bizarre Food*. En *Fox life*, los programas de cocina se ligan a temas excéntricos como Man vs Food. (Ver Anexo N° 7 *Travel Channel, Fox Life, TLC*)

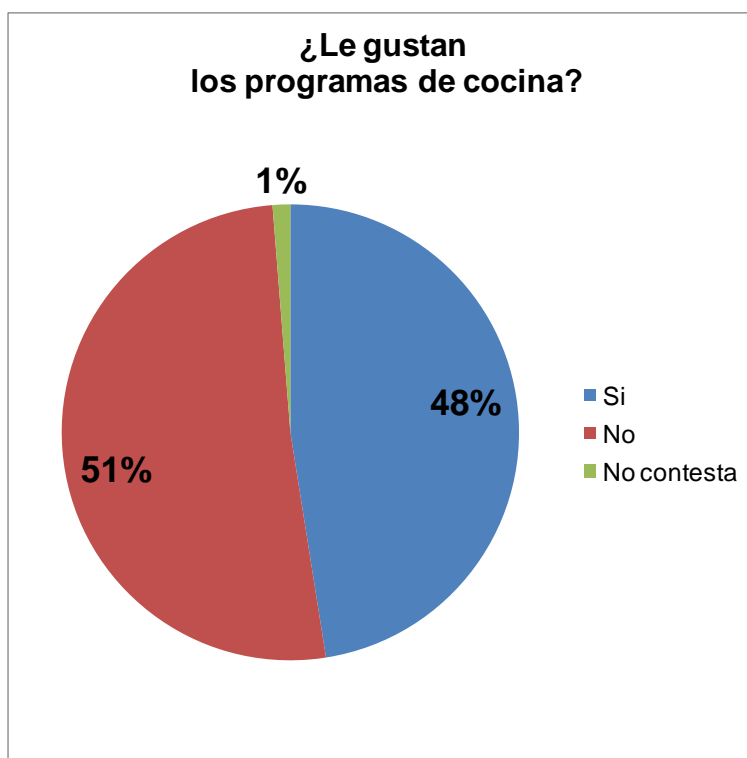
Es importante mencionar que el *Reallity show* es definitivamente el formato que predomina la televisión de señal de cable, los programas de cocina no son la excepción, y también se explota el formato *Reallity* con este contenido. En los canales antes mencionados existe, al menos, una propuesta que utiliza este formato, generalmente son *reallities* de competencia en los que un grupo de aspirantes a chefs se somete a una evaluación. Así, los participantes presentan platos para calificación de un jurado de cocineros famosos, hay audiciones, retos, veredictos y un premio al que gana la competencia. Los ejemplos son: *Hell`s Kitchen, Top chef, Iron chef*.

2.3.2.7. Preferencias de programas de cocina

Según la investigación de CIESPAL, “Ecuador la ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones en calidad temática”, de todos los géneros que se ofertaron en la televisión abierta, según las horas exhibidas durante el 2010, los “Culinarios” obtuvieron un total de 41 horas por debajo de una lista de formatos en las que la telenovela y el noticiero ocuparon los primeros puestos con 1605 y 1102 horas exhibidas,

respectivamente.⁸⁸ En las encuestas el 51% de la población consultada respondió que no le gustan los programas de cocina, frente a un 49% al que sí le gustan como expresa el gráfico N°3. Entre las razones que dieron de por qué no les gustaban el 43% respondió que hay muchos programas de cocina y todos son iguales, el 34% dijo que solo dan recetas, el 19% contestó bajo la opción “otros” distintas razones, como: “son aburridos”, “no me interesa el tema”, “utilizan ingredientes que no uso cotidianamente”, “no me gusta la cocina”, el 4% restante no contestó a la pregunta.

Gráfico N°8



⁸⁸ Ayala Alexandra, Herrera Cesar, *Ecuador la ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones en calidad temática*. Internet. <http://issuu.com/ciespalmediaciones/docs/obitelinformecuador?mode=embed&layout=http%3A%2F%2Fskin.isuu.com%2Fv%2Fflight%2Flayout.xml&showFlipBtn=true> Quito. CIESPAL. Acceso: Marzo 2012.

La mayor parte de gente que admitió que sí le gustan los programas de cocina puso de ejemplo a canales de cable como *Gourmet Channel* y *Utilísima*. Algunos de los programas que se repitieron fueron: *Sin reservas*, *Ariel a la Parilla*, *Francis Mallman*. De los programas de señal abierta nombraron a *Mollinari*, *Biachi* y *Mariaca*.

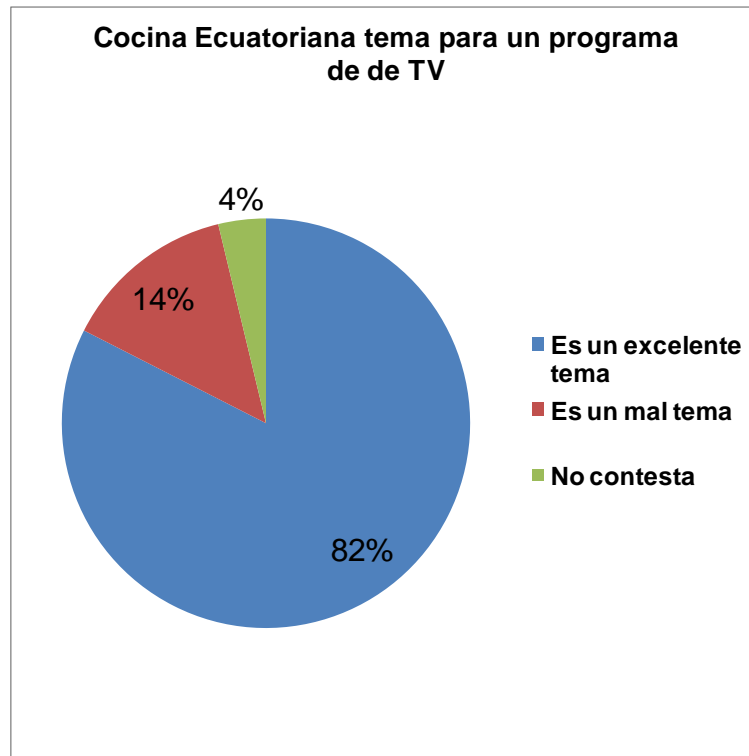
En los grupos focales los jóvenes de 20 a 30 años de edad fueron enfáticos en que la mayoría de programas que se transmiten en canales como *El Gourmet Channel* son demasiado especializados y aburridos. Dijeron que les gustan más los programas de cocina que combinan otros temas con el tema culinario como *Sin Reservas*. Un participante afirmó “Me interesa que hay detrás de la cocina más que saber la receta porque la receta la puedo conseguir en cualquier otro lado.” En el segundo grupo de 30 a 40 años los participantes dijeron que les gustan los programas de cocina porque son un descanso para pensar en algo divertido. Sin embargo, una participante mencionó “los nacionales no valoran mucho a su televidente, porque que explican una receta de diez minutos, en cuarenta”⁸⁹. En el grupo de 40 años en adelante mencionaron varios programas de cocina, tanto de señal abierta como de cable como: *Biachi*, *Mariaca*, *Rescate de sabores del Ecuador*, *Anthony Bourdain*, *Francis Mallman*, entre otros, dijeron que sí les gustan los programas de cocina.

2.3.2.8. Grado de interés en el tema (proyecto)

En cuanto a la propuesta planteada, un programa de televisión sobre cocina ecuatoriana tratado desde un enfoque cultural, en las encuestas el 82% respondió que “cocina ecuatoriana” es un buen tema para tratar en un programa de televisión, por encima de un 14% que dijo que es un mal tema y un 4% que no respondió a la pregunta.

⁸⁹ Silvia Andrade, 35 años, participante del grupo 2 (30 a 40 años de edad)

Gráfico N°9



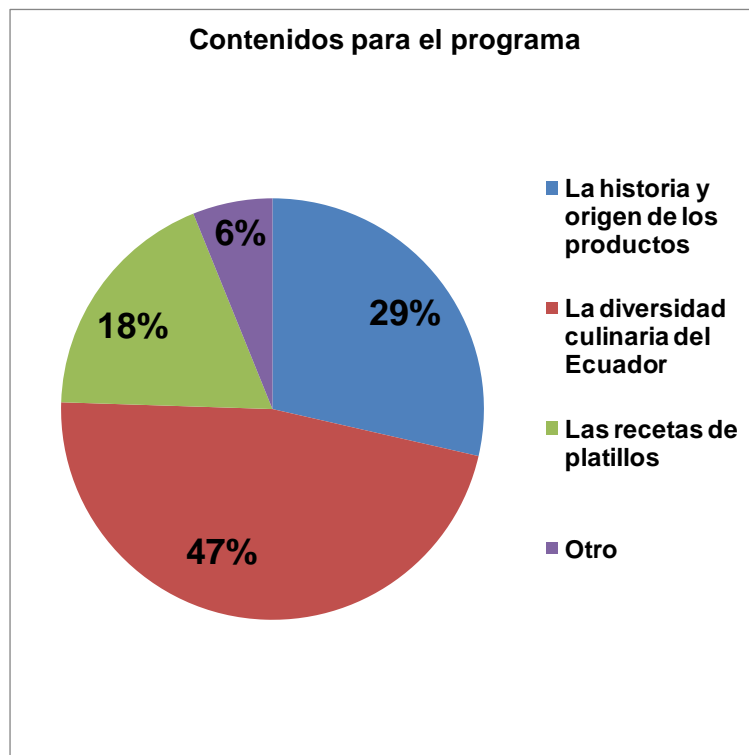
Del 14% que afirmó que “cocina ecuatoriana” es un mal tema para tratar en un programa de televisión, la razón que más peso tuvo fue que es un tema poco original con el 63%, el resto se dividió en que es un tema aburrido, no aporta nada nuevo, y “otros” como que no es interesante. En los grupos focales, los participantes del grupo número 1 ,20 a 30 años, dijeron que sería interesante conocer sobre cocina ecuatoriana desde otro punto de vista, “todos sabemos los que es un yaguarlocro o un cebiche, pero se podría presentar de otra forma”. En el grupo dos, de 30 a 40 años los participantes dijeron que en el Ecuador hay varias posibilidades para mostrar en cuanto a la cocina. “En cada lugar hay algo distinto”.⁹⁰ Igualmente, en el grupo tres, 40 años en adelante, los participantes coincidieron en que, la cocina ecuatoriana es variada y hay mucho por mostrar.

⁹⁰ Mónica Martínez, 37 años, participante del Grupo 2 (30 a 40 años)

2.3.2.9. *Preferencias de contenido para el proyecto*

En cuanto a las preferencias de contenido, los encuestados afirmaron que los temas sobre los cuales les gustaría que se hable en un programa de televisión de cocina ecuatoriana son: la diversidad culinaria con un 47%, la historia y origen de los platillos un 29%, un 18% dijeron que les gustaría ver las recetas de platillos, y un 6% opino “otros” como: las huecas, localidades, en donde hay cada plato, ligar gastronomía con localidad, el entorno cultural alrededor del plato, viajar y mostrar la diversidad gastronómica del Ecuador, así como los costos del producto.

Gráfico N°10



En los grupos focales, los participantes del grupo de 20 a 30 años, dijeron que les gustaría un programa que contextualice a la cultura, al lugar y a la gente para presentar la cocina de ese lugar. “Me interesaría un programa que respete la cultura y el contexto.”

Los participantes del segundo grupo dijeron que se debería ligar la cocina con el tema emocional: “la cocina debería estar relacionada con algo afectivo, por ejemplo “la cocina de mi mamá” “la cocina tradicional, secretos de cocina, huecas, lo más afectivo”, “aquí la cocina no es de chefs, si no de cocineras tradicionales”. También opinaron que se debería mostrar qué se hace en todas las regiones del país con la diversidad de productos que se dan en el Ecuador. ”Me parece chévere ver que se hace en las distintas regiones del Ecuador con expertos que te digan todo lo que se hace con cerdo, verde, maíz”; “me parece que sería chévere viajar por las regiones del Ecuador viendo las costumbres y tradiciones culinarias de cada región”.

Para los participantes del grupo de 40 años en adelante, en cada lugar del Ecuador existe un plato emblemático que se debería mostrar con el fin de que se conozca, puesto que para ellos hay una gran variedad de recetas ecuatorianas que no se conocen, también mencionaron que el programa debería tener un contenido de nutrición y mostrar que cocinar es un arte. Jorge Guerreño habló de que a Ecuador TV le interesaría un programa de cocina que estuviera ligado a la nutrición. “A nosotros nos interesa que el público sepa alimentarse”.

Para José Alejandro Adum, director de post producción de Telerama, un programa de televisión de cocina ecuatoriana resultaría aburrido, porque es un tema sobre el que ya conocen los ecuatorianos. “No creo que las personas quieran aprender sobre cocina ecuatoriana porque ya saben sobre eso”. Sin embargo, para Julio Pazos y Mauricio

Armendaris, conocedores de la culinaria del Ecuador, la cocina ecuatoriana ha sido poco investigada y la mayoría de ecuatorianos no conocen sobre el tema.

Del mismo modo, Julio Pazos hablo de que la investigación de contenidos para el programa podría organizarse bajo un criterio de “producto emblemático” en el que se podría escoger uno o dos productos según la región, e investigar sobre ciertas características del producto y sobre el plato que se hace con ese producto.

2.3.2.10. Preferencias de formato para el proyecto

En la dinámica de los grupos focales, se propusieron cuatro tipos de formato que podría tener un programa de televisión de cocina ecuatoriana, con el fin de que las personas discutieran cuál sería el que más les gustaría.

De esta manera, los participantes del grupo uno, de 20 a 30 años de edad, opinaron que la mayoría de formatos como los que oferta el *Gourmet Channel*, no son adecuados para mostrar la cocina ecuatoriana. Uno de los invitados dijo:

El Gourmet Channel es gourmet, si a mí me dicen comida ecuatoriana yo no me identifico con ese canal porque creo que el núcleo de la comida ecuatoriana es la familia. El formato gourmet es para chefs, para que un programa de cocina ecuatoriana llegue al público, debe presentar algo especial.
91

Los demás integrantes del grupo estuvieron de acuerdo con esta opinión. El formato ideal según este grupo sería combinar un reportaje en el que se investigue sobre un producto y un plato de la cocina ecuatoriana ligado con el tema familiar del que habían hablado. Es decir, preparar junto a una cocinera tradicional un plato del que se hizo el reportaje. Los integrantes del grupo dos coincidieron en que la cocina ecuatoriana abarca el tema afectivo, y también les

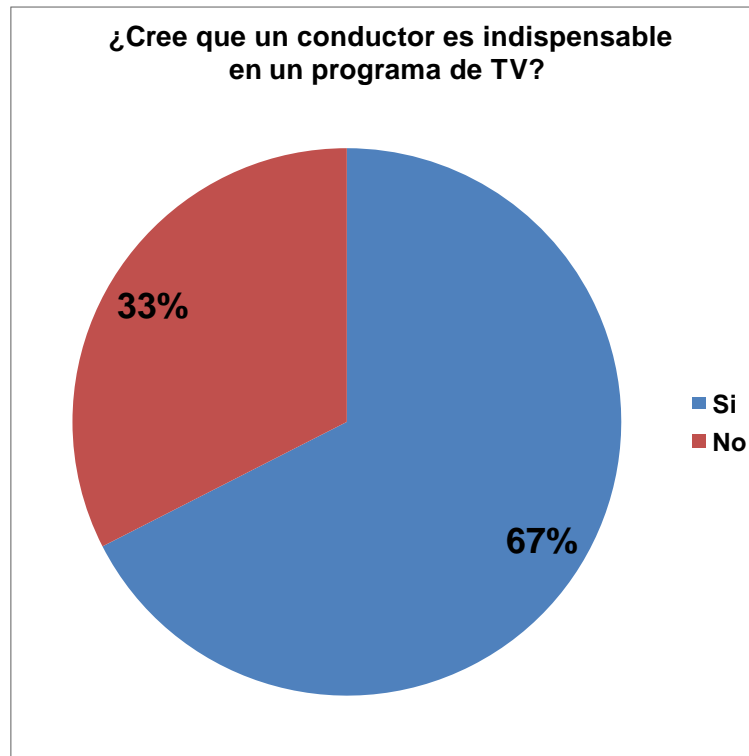
⁹¹ Jacobo Campuzano, 23 años, participante del grupo de 1 (20 a 30 años) grupos focales.

gustaría que se muestre distintas regiones del Ecuador, se hable con las cocineras tradicionales y se cocine con ellas. En el grupo tres, los participantes coincidieron con los viajes en el Ecuador, un reportaje que combine viaje e información del producto. Los encuestados prefieren los formatos ligados al género informativo (ver gráfico N°1). Para José Alejandro Adum, Director de post producción de Telerama, los grandes reportajes y los documentales no son formatos que la audiencia ecuatoriana prefiera, por lo que se debería buscar un género híbrido alternativo que combine información con entretenimiento, “se me ocurre un programa más informal con cámara al hombro que entre a las cocinas de señoras, por ejemplo, y que se vea cómo cocinan.” Criterio que en cierto modo concuerda con el de las personas en lo grupos focales, que opinaron que se debe mostrar a las cocineras tradicionales.

2.3.2.11. Preferencias de conducción

El 67% de los encuestados respondió que un presentador es indispensable en un programa de televisión, frente a un 33% que dijo que no es indispensable. Entre las razones que dieron estaban: informa detalladamente sobre el programa, interactúa con el televidente, credibilidad e imagen del programa, es la conexión con el público, la guía, la atracción e interrelación.

Gráfico N°11



A pesar de que muchos saben que se puede hacer un programa de televisión sin presentador, piensan que los mejores programas tienen uno. En los grupos focales muchos de los programas que se repitieron como preferidos, como “Sin Reservas” con Anthony Bourdain, son programas en el que el presentador es básicamente quien hace el programa. Para el tipo de proyecto propuesto, plantearon que el conductor debería ser un chef, carismático con conocimiento en cocina ecuatoriana. Como afirmó un participante del grupo dos “El conductor debería rescatar, hablar con las señoras que saben hacer la comida y mostrar la comida del Ecuador, su papel debería lograr un rescate y apropiación de la cocina ecuatoriana”. La voz en off u otras formas audiovisuales no son una opción para reemplazar a un conductor en un programa como el propuesto. Esta opinión contrastó con la de Jorge Guerreño, productor

general de Ecuador TV que piensa que no todos los programas deben tener conductores, ya que esa suele ser una estrategia de la televisión comercial para atraer al público. (Ver anexo N°

2.3.2.12. Preferencias de tratamiento audiovisual del proyecto.

En los grupos focales se indagó sobre las preferencias de tratamiento audiovisual. Al presentar algunos ejemplos de programas que se ofertan en canales de cable. Los participantes del primer grupo, de 20 a 30 años de edad, dijeron que la propuesta audiovisual de El Gourmet Channel es aburrida, inaccesible, irreal y demasiado perfecta y no propone nada nuevo: utiliza un set, dos o tres ángulos de cámara, tiene un fondo neutro, pulcro que no se ve real.

Los participantes del grupo dos, de 30 a 40 años de edad, opinaron que el tratamiento audiovisual debería ir acorde con la idea de que la cocina ecuatoriana “no es de chefs sino de cocineras tradicionales”, lo que concuerda con la opinión del primer grupo. Una participante dijo que una buena idea para el lenguaje audiovisual sería combinar set y locación exterior, la receta se podría preparar en el set, mientras que las visitas a las cocineras tradicionales y al lugar en dónde se hace cada plato deberían ser afuera. Por el contrario, para una participante del grupo tres de 40 años en adelante, la presentación de los platos es importante, ella dijo que le gustaría ver las recetas tradicionales ecuatorianas presentadas de una manera llamativa y profesional. Sin embargo, otra participante del mismo grupo dijo que la cocina ecuatoriana va más allá del concepto “gourmet”, por lo que sería importante mostrar la cocina ecuatoriana, ligada al lugar, a las señoras que saben los secretos, y también con la exquisitez de los sabores, opinión que concuerda con las conclusiones de los dos primeros grupos.

2.3.2.13. Preferencia de Horario:

El 35% de los encuestados respondió que preferirían ver un programa como el propuesto en la mañana, frente a un 34% que dijo que prefería el horario de la noche; por lo tanto la diferencia entre los que prefieren la mañana y la noche es mínima. Un 14% respondió que se inclinaba por el horario de la tarde y un 17% no respondió a la pregunta.

2.4. Conclusiones del diagnóstico

1. La Televisión es el medio de comunicación más importante en términos de penetración en el mercado, accesibilidad y uso por parte de la población ecuatoriana. Así, la tenencia de televisores en los hogares ecuatorianos aumentó en 2011 con respecto a años anteriores; todas las personas que participaron en este diagnóstico acceden al menos a una hora diaria a la televisión, lo que demuestra el predominio de este medio en el Ecuador.
2. La mayor parte de canales ecuatorianos de señal abierta, organizan su oferta de programación de acuerdo a criterios de raiting, por lo que la oferta de televisión nacional, casi nunca, propone contenidos educativos o culturales, lo que no le permite a la población tener una perspectiva más amplia de lo que se puede ver en televisión.
3. Existe un desequilibrio en la oferta de programación en los canales de señal abierta. La ficción televisiva ocupa casi un 44% del total de horas exhibidas, frente a otros géneros.
4. A pesar de la gran oferta de formatos culinarios tanto en la televisión de señal abierta como en la de cable, no existe un programa de televisión sobre cocina ecuatoriana con contenido cultural y de identidad del Ecuador. Para Mauricio

Armendaris esto se debe a que la producción de un programa con estas características podría ser muy costoso y exigente en términos de producción.

5. Aunque la mayor parte de la población ecuatoriana considera que la televisión nacional es buena, el público objetivo al que se dirige este proyecto piensa que es de pésima calidad, poco original, homofóbica y sexista. Vale recalcar que los participantes de los grupos focales acceden a televisión por cable y todos tienen un nivel de educación superior, como está expresado en el anexo N° 13.
6. Por otra parte, en lo que se refiere a la percepción de la televisión pública los informantes clave pensaron que la oferta es mejor que en la televisión comercial. Sin embargo, también afirmaron que “debe mejorar”, que “falta experiencia”, que “debe evolucionar para volverse autosustentable y que necesita mayor publicidad para posicionarse en la audiencia ecuatoriana”. Una investigación realizada por CIESPAL sobre la percepción de los medios públicos reveló que una de las conclusiones a las que llegó la población consultada fue que Ecuador TV debe fomentar la producción propia.
7. El 79% de los encuestados respondió que prefiere ver información antes que entretenimiento en la televisión. El porcentaje más alto de estos formatos lo consiguió El Noticiero con el 27.5%, al que le siguió la Revista de Actualidad con el 23.75%. El reportaje investigativo recibió el puesto número dos (segundo mejor) con el 33,75% de encuestados que pensaron que merecía el número dos en formatos informativos.
8. Los encuestados mostraron inconformidad con la oferta de programas de formatos de entretenimiento que se ofertan en los canales de señal abierta. El 45% le dio a

todos los formatos de este género la calificación más baja. Sin embargo, el resultado mostró que la “Revista familiar o Magazine” es el preferido con el 37.5%.

9. La observación dirigida demostró que la mayoría de los programas de cocina de señal abierta responden a un formato similar: preparan recetas fáciles, con ingredientes de marcas que se publicitan a través de los platos que se preparan en el programa y ocupan los horarios de la mañana. El lenguaje audiovisual es similar en la mayoría de los casos: son largos, utilizan pocos tipos de plano, música pop latina, tienen un presentador conocido en la farándula nacional y en el tiempo que duran, se prepara un plato o máximo dos.
10. Ecuavisa Internacional, y Teleamazonas tienen programas informativos dedicados a la comunidad que incluyen segmentos de cocina del Ecuador. “El Vecino”, un programa de denuncia de la situación de distintos barrios de Quito, tiene un pequeño espacio en que el presentador visita a cocineras populares degusta y muestra la preparación de platillos tradicionales de Quito. En el segundo caso, el Noticiero 24 horas de Teleamazonas en la emisión del medio día, oferta un segmento dedicado a la comunidad y dentro de este un espacio sobre cocina ecuatoriana llamado “Rescate de los sabores tradicionales del Ecuador”, un pequeño reportaje sobre las características e ingredientes de un plato específico.
11. En la señal de cable existe gran oferta de canales especializados en el hogar que se dirigen a un target específico. La variedad y cantidad de programas de cocina con varios formatos y varias propuestas creativas es extensa. Sin embargo, la cocina ecuatoriana aparece en contadas ocasiones.

12. El 51% de los encuestados afirmó que no le gustan los programas de cocina, porque son poco originales y solo dan recetas frente a un 49% al que sí le gustan, por lo que se observó que la diferencia es mínima. En los grupos focales la mayor parte de participantes admitió que ven programas de cocina e incluso dieron ejemplos de los programas o canales que más ven, lo que más se repitieron fueron: Utilísima, Gourmet Channel, “Sin Reservas”, “Francias Mallman”. Un resultado interesante de los grupos focales fue reconocer que a la gente más joven de (20 a 30 años) no le gusta los formatos que presenta el Gourmet Channel, lo consideran aburrido, demasiado especializado y lento, prefieren programas de cocina como los de Utilísima o Travel Channel.
13. Aunque al 51% de los encuestados no les gustan los programas de cocina, sí les interesa “cocina ecuatoriana” como el tema central de un programa de televisión. A la pregunta ¿Qué piensa sobre cocina ecuatoriana como tema para un programa de TV? el 82% de los encuestados respondió que es un buen tema, lo que demuestra un interés por parte de los participantes en este tema a diferencia del criterio de José Alejandro que piensa que es un contenido sobre el que la gente ya conoce.
14. En cuanto a los contenidos del proyecto planteado, el 47% de los encuestados respondió que se debería investigar sobre la diversidad culinaria del Ecuador, un 29% afirmó sobre la historia y origen de los productos y solamente un 18% las recetas, un 6% dijo otros: las huecas, ligar la gastronomía con el lugar, el entorno cultural alrededor del plato. En los grupos focales una de las respuestas más interesantes fue que la cocina ecuatoriana no es de chefs si no de cocineras tradicionales y que está ligada a lo afectivo, emocional y familiar por lo que se

debería dar esta característica a este tipo de programa y también ligarlo con la localidad.

15. Con respecto al formato para el proyecto planteado en los tres grupos focales los participantes coincidieron en que se deberían mostrar los distintos platos y productos que hay en las distintas regiones del Ecuador. Los participantes coincidieron con que se debería viajar por el Ecuador y mostrar un reportaje que combine el viaje y la información del producto. Los dos primeros grupos dijeron que se debería ligar a la cocina ecuatoriana con el tema afectivo y emocional lo que, para ellos, sería el enganche con el público. Así, consideraron que el formato debería ser un reportaje en el que se investigue sobre un producto y un plato ecuatoriano ligado con el tema familiar. La manera podría ser: preparar junto a una cocinera tradicional un plato del que se investigó en el reportaje a manera de un formato mixto (reportaje y programa de cocina).
16. Con respecto a las preferencias de conducción para el proyecto planteado, el 67% de los encuestados respondió que un presentador es indispensable en un programa de televisión, frente a un 33% que dijo que no es indispensable. Para los encuestados un conductor informa detalladamente sobre el programa, interactúa con el televidente, es la imagen del programa, la conexión con el público, la guía, atracción e interrelación con el televidente. A pesar de que tanto los encuestados como los participantes de los grupos focales saben que es posible hacer un programa sin presentador piensan que, para la propuesta planteada, la voz en off u otras formas audiovisuales de sustituir al presentador no son una opción. Para ellos, las características del conductor deberían ser: un chef, carismático con

conocimiento en cocina ecuatoriana. Su papel en el programa sería lograr un rescate y apropiación de la cocina ecuatoriana.

17. El 35% de los encuestados respondió que preferiría ver un programa como el propuesto en la mañana, frente a un 34% que dijo que prefería el horario de la noche, así, la diferencia entre los que prefieren la mañana y la noche es mínima. Sin embargo, en la observación dirigida se verificó que la mayoría de programas de cocina que se ofertan en señal abierta se transmiten en la mañana durante la semana. No se registró un programa en las noches ni en las tardes. Sin embargo, muchos programas culinarios de gran éxito en señal de cable transmiten esos programas en las noches y tardes.

Capítulo III. Diseño del programa

3.1. Propuesta del programa

Es importante mencionar que el proyecto consiste en el diseño y propuesta de un programa de televisión de cocina ecuatoriana, tratado desde un enfoque cultural en el que se tomará como tema central las prácticas culinarias de los ecuatorianos. La propuesta que aquí se plantea, parte de los resultados del estudio de diagnóstico en el que los participantes aportaron a la construcción de los elementos del programa como: horario, formato, género, tratamiento audiovisual, contenidos, y otros. Igualmente, en este capítulo se planteará el programa de televisión teniendo en cuenta la etapa de pre-producción en la que se delinearán los aspectos generales de la producción y la post-producción.

3.1.1. Aspectos generales

Título: El fogón de la mitad del mundo: productos emblemáticos de la cocina ecuatoriana

Género: Información

Duración: Sábados 10:00 am (6 episodios)

Audiencia: adultos clase media (25 años en adelante)

Cliente: Ecuador TV:

Este proyecto se construyó conceptualmente como una propuesta para la televisión pública o canal 7 ECTV, en Ecuador. Como se explicó en el primer capítulo, la televisión comercial prioriza la elección de sus contenidos con criterios de *rating*, debido a que funciona como una empresa de medios que se mantiene y se concibe como un negocio a través de los réditos de la publicidad. Sin embargo, la televisión pública en el mundo ha tenido que

reinventarse en los términos de la televisión comercial y su necesidad e importancia se ha deslegitimado, pero justamente por esa razón, debe existir una televisión pública capaz de mantener una independencia (Ver capítulo I). Por lo tanto, si bien la independencia debe buscarse en lo político y religioso, debido a que la televisión hegemónica es comercial, esa es la autonomía que se debe perseguir. En este sentido, es importante mencionar que los contenidos que se proponen en el proyecto planteado, se fundamentarían en la investigación de la cocina ecuatoriana desde un contexto cultural que la rescate. Por lo tanto, no primaría en la producción el valor comercial, sino cultural de la cocina ecuatoriana. Por ello, ECTV es la mejor opción para difundir un programa como el propuesto, puesto que, según los valores los editoriales de este canal, “el interés público prevalecerá por encima de cualquier otra consideración en materia de política editorial” y “el público tiene derecho a confiar en que nuestras decisiones editoriales y nuestros contenidos informativos en general no estén influenciados por presiones políticas, comerciales, personales o de otro tipo”.⁹²

Si bien el conseguir una independencia total en el caso de ECTV tal vez resulte más complicado en el sentido político, debido a que fue creado con motivo de la instalación de la Asamblea Constituyente en 2007 con el gobierno del Economista Rafael Correa Delgado, para un proyecto como el que se plantea, que el canal goce de una independencia comercial es lo más importante. Probablemente, este programa no encontraría cabida en la televisión comercial ecuatoriana, como dijo, José Alejandro Adum, director de post- producción de Telerama, “no creo que las personas quieran aprender sobre cocina ecuatoriana porque ya saben sobre eso” y “al público ecuatoriano no le interesan los formatos de grandes reportajes,

⁹² Guía editorial, servicios informativos de la televisión pública. Internet <http://www.ecuadortv.ec/docutransparencia/GUIAL%20EDITORIAL%20RTVECUADOR.pdf>. Acceso: 18/02/2013

que sean largos, en los que se hable de historia.”, por lo que sería más difícil que se produjera en la televisión privada.

Igualmente, el estudio de diagnóstico mostró que ECTV es uno de los pocos canales de señal abierta con mejores contenidos y mejores propuestas, según la opinión de los participantes de los grupos focales, público al cual se dirige la propuesta, en comparación a los programas de la televisión comercial que según ciertas opiniones de los participantes son “poco originales” y “malas copias de programas extranjeros”. (Ver capítulo II)

Asimismo, en la entrevista a Jorge Guerrero, productor general de Ecuador TV, comentó que “los programas que se presentan en ECTV son distintos a los de televisión comercial, ya que privilegian la calidad de los contenidos según los principios básicos de la televisión pública que debe ser participativa e incluyente”. También dijo que “gran parte de la responsabilidad de que existan pésimos programas en la oferta de televisión comercial de señal abierta es de las agencias de publicidad, que pautan en los programas con mayor *rating*”. (Ver anexo N°2). Por esas razones, se propone como cliente a ECTV.

Sinopsis:

Un Chef ecuatoriano viaja por las regiones del Ecuador e introduce los productos propios de la cultura culinaria de las diferentes zonas del país como: papa, maíz, yuca, coco, banano. Mediante un reportaje informa sobre las características del producto e introduce recetas emblemáticas preparadas con el mismo. En la segunda parte del programa, presenta las particularidades culturales alrededor de un plato hecho a base del producto, mientras lo

prepara, junto a un cocinero o cocinera invitado y aprende los secretos de la gastronomía tradicional ecuatoriana.⁹³

3.2. Contenido

Según los resultados del diagnóstico en el que, tanto Julio Pazos estudioso de la cocina del Ecuador, Mauricio Armendaris, Presidente de la Asociación de *Chefs* del Ecuador los participantes de las encuestas y de los grupos focales coincidieron en que, si bien las recetas son interesantes como complemento en un programa de cocina, presentar qué elementos se articulan alrededor de la misma, es lo que resultaría más relevante a tratar en un programa de televisión de cocina del Ecuador. La visión del *Chef* Mauricio Armendaris puede sintetizar la forma de abordar los contenidos que se pretende utilizar en el programa planteado: “La gastronomía no se puede ver a través de una receta, se debe verla a través de la parte tradicional y la cultura alrededor del plato. La receta del locro de papas como tal, no es lo que realmente aporta un sentido cultural, si no la papa en un contexto, su uso”⁹⁴. Si bien las recetas no son lo más relevante y un programa no puede dedicarse exclusivamente una sola preparación, si es importante dedicar un espacio a la elaboración del plato, ya que uno de los objetivos del programa es que los televidentes recuerden y se apropien de la cocina del Ecuador y las recetas son una forma práctica de llevar la cocina a los hogares.

Por otra parte, Julio Pazos aportó con un criterio para la investigación y la planificación de los contenidos. Por ello, debido a que la culinaria ecuatoriana ha sido poco investigada y poco difundida como práctica cultural, es importante seleccionar ciertos aspectos del amplio tema que es “Cocina ecuatoriana” para presentar en el programa. De este modo, la

⁹³ Carlo Solarino, *Cómo hacer televisión*, Madrid, Cátedra, 2000, p.346

⁹⁴ Entrevista a Mauricio Armendaris, Presidente de la Asociación de Chefs del Ecuador ver anexo N°5.

sugerencia de Julio Pazos fue delimitar los temas con un criterio de “producto emblemático”, es decir un producto representativo de cada región del Ecuador y de esa manera organizar los contenidos.

De este modo, el proyecto propone presentar dos productos representativos de tres regiones del Ecuador (Costa, Sierra y Amazonía), se excluye a Galápagos debido a los costos de producción y a que la investigación sobre la que se iniciará la planificación de los contenidos de este proyecto se centra en la forma de alimentarse de los pueblos que están ubicados en las regiones antes mencionadas. Existen varios libros de recopilación de cocina del Ecuador, sin embargo, debido a que el proyecto propone un programa de televisión con una perspectiva histórica de apropiación y rescate de la cocina ecuatoriana, se recurrió a fuentes que parten de una investigación y abordan el tema desde un contexto cultural. Así, para escoger los productos se acudió a las selecciones previas que han recopilado conocedores de la cocina del Ecuador, *Chefs* e investigadores de las características y de los elementos que se articulan alrededor de la cocina del Ecuador en libros como: “El sabor de la memoria: historia de la cocina quiteña”⁹⁵, “Atlas Alimentario de los Pueblos Indígenas y Afrodescendientes del Ecuador (Amazonía I, CostaII y SierraIII)”⁹⁶, “Sopas, secos y envueltos del Ecuador”⁹⁷ y “111 Platos Populares Del Ecuador”⁹⁸

El programa deberá identificar y presentar los factores que inciden en el abastecimiento de alimentos. Por ello, tendrá información como: las condiciones del medio ambiente natural y |social en el que se usa un producto alimenticio, la manera de preparar los productos de

⁹⁵ Julio Pazos, *El sabor de la Memoria: historia de la cocina quiteña*, Quito, El Fonsal, 2008.

⁹⁶ Alba Moya, *Atlas Alimentario de los Pueblos Indígenas y Afrodescendientes del Ecuador, La Amazonía I, Costa II, Sierra III*, Quito, MIES:FAO, 2010.

⁹⁷ Ruby Larrea, *Sopas, secos y envueltos del Ecuador*, Quito, Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2012.

⁹⁸ Pablo Zambrano, *111 Platos Populares Del Ecuador*, Quito, Fonsal, 2010.

cocinarlos y comerlos, así como las características culturales del plato del que se investigará, esto es lo que se refiere a los sistemas simbólicos de prácticas y conocimientos culturales que atraviesan el consumo de los alimentos y la forma de prepararlos.

Debido a que la información en torno al tema alimentario es amplia y se podrían dedicar documentales televisivos especializados sobre el tema, el programa seleccionará la información y la sintetizará de manera que puedan convertirse en mensajes televisivos claros para la audiencia, de forma que más se acerque a lo que los participantes del estudio de diagnóstico pidieron de un programa de cocina ecuatoriana como el propuesto.

3.3. Formato

En cuanto al formato del programa los participantes de los grupos focales dijeron que la cocina ecuatoriana se relaciona mucho con el tema afectivo y familiar; el programa que les gustaría ver sería el que combine la información e investigación del producto con la parte familiar, afectiva de la cocina. Es decir, además de la información debería tener una parte en la que aparezca un personaje real que cocine a la manera propia del Ecuador. Si bien el programa que se plantea es temático, es decir habla solamente de un tema específico: “Cocina del Ecuador”, se lo debe enfocar de una manera suficientemente atractiva para la audiencia, recordando las sugerencias de los participantes y del productor de televisión comercial a quienes se entrevistó durante el estudio de diagnóstico. (Ver capítulo 2)

Por ello, el formato deberá moverse en el género informativo, pero tendrá que presentar la información de manera entretenida y cercana al público. Así, se producirá el programa de acuerdo a los parámetros de la realización de reportajes televisivos. En la primera parte del programa el reportaje será de exposición de la información, en la segunda parte del programa,

también a manera de reportaje, se buscará que sea más participativo; que intervengan personajes reales con los que la audiencia se identifique, que hablen sobre los usos del producto y de las características sociales y culturales del plato. Así, el programa presentará un reportaje expositivo en el que predominará el relato del conductor, que también hará el rol de periodista y en una segunda parte del reportaje se centrará en las características del plato, mientras el presentador-reportero visitará a un cocinero o cocinera tradicional que preparará el plato en la locación escogida, frente a las cámaras. En consecuencia, se puede decir que se trata de un formato de reportaje que utiliza ciertos recursos de programas de entretenimiento, específicamente de programas de cocina, en el que el conductor cumple un rol fundamental e involucra a cocineros reales que aplican la información investigada en sus prácticas culinarias cotidianas.

3.4. Tratamiento temático

Los temas serán tratados desde el enfoque transversal de contextualización histórica, y cultural de la cocina ecuatoriana. Los productos que se han seleccionado corresponden a los criterios que se mencionan en los contenidos escogidos por investigaciones previas que aportan a esta delimitación de los temas, como se ha señalado previamente en este capítulo. Además, para el programa que aquí se plantea se seleccionarán dos productos por cada región del Ecuador (Amazonía, Costa y Sierra). Aunque la planificación que se presenta puede resultar excluyente de la gran variedad de recetas de la cocina del Ecuador, es necesario hacer una selección inicial de productos y recetas para la organización de la producción y para el planteamiento de la propuesta. Sin embargo, cada episodio tratará un producto principal de cada zona, presentará, una dos o tres recetas representativas que se preparen con ese producto

pueden ser: (sopas, platos fuertes, bebidas, postres, dulces o acompañantes). En principio, entonces, se escogerán productos para seis episodios:

Programa	Región	Producto	Plato fuerte	Sopa / Envuelto	Bebida/postre/otro
Amazonía 1	Amazonía	Yuca	Casabe: tortilla de yuca asada	Soin: especie de tamal dulce preparado con Yuca y plátano	Chicha de Yuca con camote
Amazonía 2	Amazonía	Pescados	Maito de palmito con pescado/ Chontaduro con pescado	Caldo de pescado	
Costa 1	Costa	Plátano	Ayampaco	Biche de camarones o pescado, Corviche	
Costa 2	Costa	Coco	Encocado de pescado o camarón	Sango de camarón con coco	Cocadas blancas y negras
Sierra 1	Sierra	Papa	Cuy asado y Llapingachos con chorizo	Yahuarlocro	
Sierra 2	Sierra	Maíz		Humitas y Caldo de bolas de maíz, lluspas	Chicha de Jora

El programa tendrá dos grandes segmentos. El primero hablará de las características del producto. Esto es: ¿Dónde se produce?, ¿Debido a qué condiciones geográficas y climáticas se produce ahí?, ¿Cuáles son las condiciones sociales, económicas que caracterizan a esa región e influyen en la producción del producto? ¿Cómo llega a la gente?, ¿Cuáles son los factores de la producción del producto? ¿Cuáles son las formas de intercambio y comercialización del producto? entre otras.

En el segundo bloque, el presentador visitará a un cocinero o cocinera tradicional elegido en un *casting* específico para esto, bajo ciertos parámetros que se detallarán más adelante, quien preparará uno, dos o tres platos (depende de la complejidad) y compartirá su forma de hacerlo. Mientras el presentador y el cocinero inician la preparación, se mostrará la segunda parte del reportaje, en la que se enumerará la diversidad de platos que se hacen con el producto y las características culturales de uno de los platos escogidos, como: ¿Qué ritos o fiestas populares se asocian al plato? ¿Qué concepciones culturales existen en torno al plato? ¿Qué formas de organización social están asociadas al plato? ¿Cómo se clasifica a ese plato? ¿Es de consumo diario, ritual, festivo?⁹⁹ En esa parte del reportaje habrá intervenciones de otros actores que conforman la cocina y las prácticas culinarias con entrevistas y testimonios cortos. Así, en este bloque la preparación de los platos frente a las cámaras se intercalará con la parte del reportaje de contextualización cultural del mismo. El presentador y el cocinero invitado darán paso al reportaje en los momentos indicados.

Además en este bloque el presentador conversará con el cocinero invitado, hará preguntas que le den protagonismo al cocinero y aclaren inquietudes del público en cuanto a la receta como: ¿Qué ingredientes se necesitan? ¿Cómo se puede preparar en la casa? ¿Qué añade o quita para que quede a su manera? ¿Cuánto cuesta prepararlo? ¿Por qué lo prepara? ¿Es una receta de su familia? ¿Cómo aprendió a cocinarlo? Este personaje será muy importante para aportar en el tema ya que será la conexión práctica de la información que se ha recibido previamente desde un enfoque práctico, cotidiano que acerque el plato y el producto al público. Para concluir el programa, el presentador y el cocinero invitado

⁹⁹ Alba Moya, *Atlas Alimentario de los Pueblos Indígenas y Afrodescendientes del Ecuador, La Amazonía I*, Quito, MIES:FAO, 2010, p.5

recordarán la receta y darán un consejo nutricional en el que se le muestre al público una manera nutritiva de usar el producto en la dieta diaria y despedirán el programa.

3.4.1. Guión y tratamiento

En un formato de reportaje el guión previo-cerrado- no debería existir. El guión previo debe ser una propuesta del tema, lo que deja al margen el tomar cualquier orientación posterior¹⁰⁰.

Sin embargo, para mostrar una estructura clara del tratamiento temático del programa se utilizará al “Programa Sierra 1”, que presentará a la papa en un pequeño ejemplo de tratamiento, que a grandes rasgos explica el desarrollo de los bloques que se verán en el programa.

Es importante tener en cuenta que todos los tipos de programas a pesar de las diferencias, presentan una estructura común en tres momentos fundamentales: apertura, cuerpo y conclusiones.¹⁰¹

La apertura tiene como finalidad el delinear desde los primeros momentos el contenido y el espíritu general del programa.¹⁰² De este modo, en la apertura del programa planteado se presentará el tema (producto y plato), que tratará el programa y al invitado/a (cocinero/a tradicional) que será parte del programa.

El cuerpo constituye la estructura base del programa. El cuerpo del programa estará dividido en dos grandes segmentos o secciones.

¹⁰⁰ Jaime Barroso, *Realización de documentales y reportajes*, Madrid, Síntesis, 2009, p. 344

¹⁰¹ Carlo Solarino, *Cómo hacer televisión*, Madrid, Cátedra, 2000, p.335

¹⁰² *íbid.*

Cierre o conclusión: síntesis del programa. En el cierre se resaltarán las características más importantes del producto que se trató durante el programa a manera de resumen, las características culturales del plato, se recordará la receta y se dará un *tip* de nutrición.

A continuación se presenta un esquema de lo que sería la estructura del programa en un ejemplo de tratamiento, para esto se utiliza el producto papa, que se investigaría en el programa dedicado a la Sierra número 1.

3.4.2. Esquema de tratamiento

Programa Sierra 1 “La papa”

Apertura

Música escogida para locación en Tungurahua (Albazo)

Voz en *off* conductor: *hoy hablaremos sobre uno de los productos más populares en la cocina del Ecuador y de todo el mundo. Le invitamos a que nos acompañe a descubrir los secretos de la papa, así como la historia del Yahuarlocro. Se ven imágenes cortas de cultivos de papas, gente que cultiva papas, papas en la tierra, ollas de papas cocinándose, imágenes de los platos.*

Cuerpo

Bloque 1

Presentador *stad up*. Atrás imagen en paisaje que muestre el Tungurahua. Describe en dónde se encuentra: *nos encontramos en el cantón Quero en la Provincia de Tungurahua a 30 minutos de la Ciudad de Ambato. Aquí visitaremos los cultivos de papa de este cantón, uno de los de mayor productividad de la Sierra Centro.*

Imágenes: Quero, campo, paisaje, cultivos, campesinos suavizando la tierra, cultivando las papas, manos de tierra. (planos de situación, planos del conjunto)

Testimonio de campesino: Habla de cuánto cultivan, lo que les aporta económicamente, en dónde venden.

Presentador: explica datos estadísticos sobre producción de papas en Ecuador, se intercala con infografías animadas de la producción total de papa en el Ecuador: *¿Qué provincia produce más? ¿Cuánto significa para el Ecuador?* (3D).

Presentador: cuenta un dato curioso de la historia de la papa, y resume los hechos históricos más relevantes se intercala con animaciones en mapas e infografías (línea del tiempo, mapa de territorios conquistados por las papas, primero América del Sur, luego Europa, América del Norte, Asia)

Bloque 2 Cuerpo

Música (Albazo o San Juanito)

Presentador introduce las variedades de platos que se hacen con papas (enumera) mientras se ven imágenes de los platos, habla de la receta que se tratarán en el programa. De nuevo se muestran planos de situación: ahora estamos en Píllaro, aquí visitaremos a Doña Rosa, una experta cocinera en delicias hechas con papa a la pura manera del Tungurahua. Se ve cómo llega a la casa de la cocinera invitada, ella le saluda y los dos hablan del plato que prepararán en el programa, muestran los ingredientes (previamente cortados y listos para preparar).

Empiezan la cocción de las papas y del menudo. Luego, dan paso a la parte del reportaje que habla de la historia del Yaguarlocro que explica: *¿Por qué se prepara? ¿De dónde viene? ¿Es*

un plato mestizo, español, indígena, en qué ocasiones se consume? Vuelven a explicar la preparación del Yahuarlocro, el presentador le pregunta a la cocinera invitada *¿Qué tipo de papas utiliza? ¿Cómo consigue la consistencia? ¿Qué se debe tener listo previamente?*

¿Por qué lo prepara?

Para dar paso al reportaje, el presentador pregunta a la cocinera si sabe que el Yaguarlocro es una variante del loco. El reportaje habla de datos como: *los indígenas que tenían poco acceso a la carne todos los días, sustituían las preparaciones con menudencias y por eso crearon el Yahuarlocro.*

Conclusión

Para finalizar recuerdan la receta y dan el consejo nutricional de la papa: *hervida o en puré es un alimento digestivo, ideal para personas con problemas gástricos como la acidez de estómago, problemas hepáticos o intestinales.* Despiden el programa.

3.5. Tratamiento audiovisual

Debido a que la parte informativa se presentará en un formato de reportaje de televisión, se deberá responder a un patrón realista de alta iconicidad en lo relativo a los valores más reconocibles de la imagen: color, definición, nitidez, textura etc. Además, deberá ser registrada en ambientes naturales, interiores o exteriores que se complemente con el registro sincrónico de los sonidos¹⁰³. Para la segunda parte, en la que se cocinará junto al invitado en su propio ambiente de cocina, se tendrá en cuenta el lenguaje audiovisual adecuado para un programa de cocina en interiores en un escenario real.

¹⁰³ Jaime Barroso, *Realización de documentales y reportajes*, Madrid, Síntesis, 2009, p. 154.

3.5.1. Cámaras y toma de imágenes

El sistema HDCAM ha encontrado una excelente acogida en la producción televisiva, debido a que la versatilidad de la cámara desarrollada para este sistema (HDW-F900 HDCAM) permite contar con algunas ventajas como: alta calidad de imagen equiparable al fotograma de 35mm, la posibilidad de registrar 24 fotogramas por segundo con un coste de material sensible inferior al del cine, resolución que supera el estándar de televisión digital americano, capacidad para memorizar las pautas de trabajo con tarjetas extraíbles, disponibilidad de la mayoría de las posibilidades y efectos de edición, disponibilidad de cuatro canales de audio. Además de otras ventajas como la posibilidad de revisar de forma inmediata la calidad de la toma realizada, posibilidad de repetir el número de tomas y ensayos.¹⁰⁴

3.5.2. Planos

Debido a que para presentar la parte informativa del programa se realizará un reportaje del producto y del plato que tratará cada programa, no habrá guiones técnicos cerrados y por lo tanto los planos y tomas se planificarán sobre la marcha y de acuerdo a lo que los escenarios naturales requieran, como los personajes (cocineros invitados). Sin embargo, se pueden nombrar algunos característicos como: planos de situación de las localizaciones, de los escenarios y de los hechos, primeros planos en entrevistas, datos objetivos e información de acontecimientos sobre el tema, rodaje de acciones, acontecimientos especiales, paisajes rurales y urbanos, actividad industrial, agrícola, actividades cotidianas. Se utilizarán los diferentes tipos de plano en dependencia de lo que el reportaje y la información requiera.

¹⁰⁴ *Íbid.* pp. 190-191-192

Para la parte en la que se cocinará la receta frente a cámaras con el invitado, se planificarán los planos más adecuados (primeros planos, planos de conjunto) con los que compartan protagonismo tanto el conductor-reportero como el cocinero o cocinera invitado, y en las condiciones que el escenario exija. Asimismo, se utilizará otros planos para mostrar lo que se cocina y el proceso (planos detalle).

3.5.3. Movimientos de cámara

Los movimientos que aquí se describen se los nombra de modo general, como se ha dicho, muchos de estos se seleccionarán sobre la marcha de la producción en dependencia de lo que la realidad de la información para el reportaje requiera. Sin embargo, es necesario delimitar ciertos criterios sobre este aspecto que aportarán a la comprensión sobre el tratamiento audiovisual que se utilizará en el programa.

Algunos movimientos de cámara implican maquinaria extra como el *travelín*, la grúa o la panorámica, por lo que es más complicado realizar en producciones que no disponen de altos presupuestos. Sin embargo, la panorámica, por ejemplo, es un movimiento descriptivo de los espacios, en el programa se utilizarán ,sobre todo, para mostrar fachadas en planos generales, para describir los escenarios y las locaciones escogidas, así como para mostrar acciones determinadas, para realizar este movimiento será necesario un trípode que deberá ser previsto en el presupuesto. Igualmente, el *travelín* necesita de un *Dolly*, sin embargo en la producción documental suele ser frecuente que se sustituya por desplazamientos desde el automóvil. Para el programa planteado se utilizará *travelín* desde el automóvil si se ve la necesidad de acompañar acciones o si es factible hacerlo para introducciones, físicas, en la acción. Asimismo, se utilizará *zoom-in* sobre elementos que sean interesantes dentro del plano y a los

que se quiera resaltar, y *zoom-out* para revelar nueva información cuando se amplía el campo del plano. Como se ha dicho, los movimientos de cámara se escogerán sobre la marcha según lo que el camarógrafo y el director vean adecuado realizar para que aporten de manera expresiva al programa.

3.5.4. Locaciones

Para el programa propuesto se partirá de los conceptos de cine documental que desarrollan las situaciones siempre en localizaciones naturales, en los espacios en los que suceden los hechos.¹⁰⁵ De este modo, para la primera parte del programa en el que se mostrarán las características del producto, será indispensable mostrar el contexto físico. En los programas dedicados a la Amazonía se deberá situar al espectador en la comunidad que se visitará y se deberá mostrar imágenes, por ejemplo de la comunidad Dureno, de la ciudad de Lago Agrio. Además, se deberá mostrar el trayecto (viaje en canoa) haciendo una selección de imágenes que sirvan de planos de situación. Asimismo, debido a que se trata de un reportaje se tendrá que mostrar los cultivos, en el ejemplo de la Amazonía, mostrar los sembríos de Yuca, seleccionar escenarios que muestren las condiciones climáticas y agrarias de la región. Se deberá tener en cuenta siempre los paisajes más atractivos y que muestren el concepto de representativo del Ecuador en las diferentes regiones (playas, montañas, selva), para las intervenciones del presentador (*stand up*).

La siguiente parte del reportaje que más bien será de tipo participativo, como se ha señalado, tendrá que presentar escenarios idóneos para hacer las entrevistas, recoger testimonios e

¹⁰⁵ Íbid,p.130

imágenes de preparaciones de comida, de ingredientes, mercados, sabores y para las intervenciones del presentador que comentará constantemente lo que ve.

En la tercera parte en la que se preparará el platillo con una cocinera o cocinero que será el personaje invitado del programa, se grabará en el lugar en donde normalmente esa persona cocina. Este espacio podrá ser su casa, un restaurante, un puesto en el mercado.

3.5.4.1. Ambientación:

Debido a que se partirá del concepto de escenarios naturales, resultaría inadecuado intentar ambientar una locación para las grabaciones del programa. Sin embargo, para dar calidad a la imagen y para transmitir de manera adecuada los mensajes, se posibilitará aumentar o quitar ciertos objetos teniendo en cuenta que estos transmiten conceptos de estatus social, cultura, comportamiento, personalidad y realidad de los personajes que aparecerán en el programa. Esta ambientación será necesaria sobre todo en la parte en la que se prepare la receta frente a cámaras.¹⁰⁶

3.5.4.2. Scouting

El *Scouting* o búsqueda de locaciones para la grabación de los diferentes episodios del programa será especialmente importante debido a que el programa que se propone plantea que se muestre la cocina de las diferentes regiones del Ecuador. Por lo tanto el espacio es un elemento crucial de la narración. En principio se han escogido productos para seis episodios dos por cada región, las locaciones serán planificadas de acuerdo a los productos y recetas previamente seleccionadas.

¹⁰⁶ Jaime Barroso, *Realización de documentales y reportajes*, Madrid, Síntesis, 2009, p. 130 .

En primer lugar, para los dos programas de la Amazonía, debido al requerimiento de producción del programa que necesita mayor facilidad para planificar las locaciones, en la Amazonía, se ha seleccionado los platos que según el libro Atlas Alimentario de los Pueblos Indígenas y Afrodescendientes del Ecuador, son propios de Los Cofanes. Por ello, las locaciones se buscarán en las comunidades Dureno y Duvono en donde se encuentran Los Cofanes, ubicadas en la provincia de Sucumbíos, la primera en el cantón Nueva Loja y la segunda en el cantón Cascales. Lago Agrio es la ciudad más cercana a las comunidades, estas se encuentran a una y a media hora de la ciudad respectivamente, en los dos casos se requiere cruzar el río Aguarico en canoa.¹⁰⁷

En segundo lugar, para los dos programas de la costa se visitará dos provincias distintas Esmeraldas y Manabí. En Esmeraldas la locación se buscará en la ciudad de Esmeraldas y en Manabí en una ciudad con playa, para aprovechar los paisajes y enriquecer la imagen. En tercer lugar, en la Sierra, se visitará Tungurahua y Azuay.

En el proceso de búsqueda de locaciones será importante asegurar los permisos para las grabaciones en las fechas establecidas, y tendrán que estar presentes el sonidista y el iluminador.

3.5.5. Iluminación

Puesto que se parte de la realización para reportajes y documentales, una vez más será importante tener en cuenta el principio de no intromisión con la realidad. Por ello, sea cual fuere el escenario deben registrarse los valores lumínicos reales. Sin embargo, es conveniente ciertos apoyos para la iluminación que son básicos para grabar imágenes de calidad. De esta

¹⁰⁷ Alba Moya, *Atlas Alimentario de los Pueblos Indígenas y Afrodescendientes del Ecuador, La Amazonía I*, Quito, MIES:FAO, 2010, p.101

manera, como pauta general, siempre se buscará grabar en las horas más convenientes para captar luz natural. Igualmente, se dispondrá de diferentes tipos de lámparas que permitan sustituir, en algunas situaciones de grabación, lámparas de poco rendimiento, pantallas reflectoras o rebotadores (blancos y metalizados) que para la mayor parte de ocasiones serán suficientes. En cuanto a las entrevistas, en el caso de ser menos espontáneas, se utilizará la luz de las tres fuentes básicas (principal, relleno y contra).¹⁰⁸ En caso de que los escenarios para la preparación del plato frente a cámaras fuese en interiores se tendrá en cuenta la luz existente artificial y las entradas de luz natural para equilibrar la iluminación de las tomas.

3.5.6. Grafismo y fotomontaje:

El grafismo es el conjunto de imágenes compuestas, rótulos, mapas, entre otros, que se pueden utilizar en las producciones audiovisuales para explicar de manera más atractiva información que puede resultar complicada de difundir. Para el programa propuesto se utilizarán:

- a. Esquemas gráficos: diseños de signos, números y palabras que de forma esquemática presentan información estadística, numérica. Debido a que su función es presentar de forma visual cifras, actualmente se recurre mucho a la infografía 3D.¹⁰⁹ En el caso del programa se utilizará para explicar los datos agrarios, ¿En qué cantidad se produce en el Ecuador? ¿Cuánto produce esa región? ¿Qué significa ese producto en estadísticas agrícolas para el Ecuador, para la región, ciudad o comunidad? ¿Cuánto ocupa de suelo?

¹⁰⁸ Jaime Barroso, *Realización de documentales y reportajes*, Madrid, Síntesis, 2009, p. 130.

¹⁰⁹ *Ibid.* pp. 148-149

- b. Mapas y planos: pueden ser generados infográficamente o capturados digitalmente, siempre que resulte justificable se puede utilizar animaciones para mostrar recorridos, resalte de área.¹¹⁰ En el programa propuesto serán utilizadas para mostrar las zonas de producción de los productos escogidos en el mundo y en el Ecuador, los recorridos del producto en caso de haberse convertido en productos globales como la papa.

3.5.7. *Sonido*

La otra dimensión de la imagen es el sonido, por lo tanto su importancia debe ser igualmente rigurosa. Así, dentro de la dimensión sonora se distinguen ciertos elementos como:

3.5.7.1. *Voz o palabra hablada*

Las voces que siempre estarán presentes en el programa serán la del conductor-reportero y la del cocinero o cocinera invitados al programa. En dependencia del tema que se tratará intervendrán otras voces de personajes entrevistados y de sus testimonios. En los grupos focales los participantes dijeron que la voz en *off* no puede sustituir al presentador, porque es quien logra que el programa se humanice. Sin embargo, en ciertas partes del reportaje si es necesario se recurrirá a este recurso ya que para presentar el reportaje expositivo habrá una narración, aunque esa narración siempre será locutada por el conductor-reportero para que exista mayor identificación con el público. Igualmente, en dependencia del tema y del producto que se esté presentando se realizará voz en *off* de testimonios aunque no será el recurso más utilizado.¹¹¹

¹¹⁰ Jaime Barroso, *Realización de documentales y reportajes*, Madrid, Síntesis, 2009, p. 149

¹¹¹ *Ibid.* pp.136-142.

La voz directa a la cámara o *stand up* también será utilizada sobre todo durante los planos de situación en las que el presentador-reportero dirá en dónde se encuentra y algunas características generales del contexto físico, generalmente en la apertura del programa.

Igualmente otro elemento que se utilizará será la *voz natural espontánea* sobre todo para la parte del programa en la que se prepare junto a la cocinera o cocinero la receta.

3.5.7.2. *Música*

En los reportajes es esencial el montaje musical, con frecuencia se piensa y se imagina antes del rodaje y si es posible se graba pensando en la música concreta para cada situación¹¹².

Por ello, teniendo en cuenta esa recomendación, se utilizará música para enmarcar la región que se presentará si es la Costa pues se recurrirá a música que evoque ese ambiente, igualmente si es la Sierra o la Amazonía. Así, una de las propuestas es utilizar ritmos ecuatorianos o de artistas nacionales que les interese dar a conocer su música a través de un programa de televisión. Dentro de los ritmos nacionales que se utilizarán están: marimba, pasacalle, albazo, pasillo. También, el programa se valdrá de la selección discográfica de todo el mundo de *Putumayo records*, que tienen la característica de seleccionar música de la cultura propia de cada país, por lo que hay sonidos de la selva que podrían servir para los programas de la Amazonía. Para esto, se tendrían que seleccionar canciones que se puedan utilizar sin costos por propiedad intelectual de los temas.

En algunos casos en dependencia de la información y de las imágenes que se graben en cada reportaje, se utilizará música de la escena, como puede ser en el caso de alguna fiesta popular asociada al plato o algún rito.

¹¹²Íbid, p.344

3.5.7.3. *Sonido ambiente*

Las imágenes siempre irán acompañadas de su sonido ambiente (lluvia, viento, paisaje sonoro, ruidos), o igualmente si se dan diálogos naturales durante la grabación. También es importante registrar los sonidos más significativos también llamados no sincrónicos, para tener la posibilidad de modificar su plano o para poder recrear una banda de ambiente.¹¹³

3.6. *Equipo humano y concepción de la producción*

3.6.1. *Equipo humano*

La realización de un programa de televisión exige la participación de varias personas que cumplen diversas funciones técnicas, organizativas o artísticas. En las grandes producciones hay mucho personal y cada uno cumple funciones específicas, sin embargo, en las pequeñas producciones suele suceder que se manifiestan la superposición de funciones.¹¹⁴ Para la producción que se plantea se definirán roles principales del equipo humano, parte del personal cumplirá más de un papel dentro de la producción.

Director y guionista: Responsable de la creación de los guiones y de los elementos creativos del programa. El director es quien decidirá de qué modo se presentará la información de cada producto para que este llegue de manera atractiva a los espectadores. Además, es quien cumplirá un papel de guía y coordinación con todos los colaboradores. Actuará en la dirección de las tomas, además colaborará en la organización de la producción y estará presente en la edición.

¹¹³ Ibid.

¹¹⁴ Carlo Solarino, *Cómo hacer televisión*, Madrid, Cátedra, 2000, p.340.

Productor: Responsable del punto de vista financiero, organizativo y de realización. El productor cumplirá el rol de manejar el presupuesto, buscar las locaciones, conseguir los permisos, se encargará del *casting* para el conductor y para la búsqueda de los invitados. Además revisará la información recolectada por el investigador y será quien le apoyará de ser necesario a conseguir las fuentes.

Reportero o investigador: debido a que el programa requiere investigar sobre los productos desde el punto de vista histórico, de producción, de contextualización histórica, datos del producto en sí mismo, se necesitará una persona que apoye al conductor-reportero con la investigación en la guía de los temas. Esta persona hará la investigación documental de los productos que se presentarán en el programa y seleccionará la información que puede ser susceptible a convertirse en mensajes televisivos. Así, escogerá datos históricos atractivos, datos estadísticos relevantes, económicos entre otros. Junto al conductor-reportero decidirá qué es lo más importante para informar sobre los productos investigados siguiendo los lineamientos planteados en el tratamiento temático del programa.

Ayudante de dirección: en esta producción el ayudante de dirección colaborará con el director durante la grabación de los programas, la organización de las locaciones antes de las grabaciones. Junto con el director hablará con los invitados para guiarlos antes de las entrevistas, hablará con los cocineros y cocineras que colaborarán en el programa sobre la relación que debe mantener con el conductor. Además apoyará a conseguir invitados, locaciones, y con los imprevistos. Debido a que no se requiere maquillaje complicado también cumplirá las funciones de un maquillador, su función será cuidar el aspecto principalmente del

conductor, cocineros y otros invitados sobre todo de la cara. Las intervenciones de maquillaje serán simples retoques.

Camarógrafo: será el encargado del manejo de la cámara y el principal responsable de la calidad de los encuadres. Actuará según las indicaciones del director quien le dirá si se precisan desplazamientos, movimientos de cámara, etc.

Iluminador: junto con el director y el camarógrafo organizará la iluminación de los planos, escenas o secuencias del programa, así como los niveles correctos de luz, siempre teniendo en cuenta que la iluminación para esta producción será lo más natural posible según la concepción de documentales y reportajes para televisión.

Mezclador de audio o sonidista: encargado de situar los micrófonos y manejar las mezclas. Es el principal responsable de la calidad técnica de la banda sonora.

Animador gráfico: es el encargado de la preparación de los grafismos o fotomontajes que se tengan que realizar para la producción. Para este programa el gráfico deberá tener especialidad sobre animación ya que parte de la información complicada de presentar se hará con animaciones.

Editor: encargado de la edición del programa, junto al director escogerá el material grabado y realizará el montaje de los programas.

3.6.2. Concepción de la producción

“(…) No hay reportaje si no se tienen imágenes de los hechos, de los actores sociales.”¹¹⁵ Por ello, es importante señalar que para la concepción y organización de la etapa de producción del programa, este debe estar marcado por el objetivo y así delinear una jerarquía de intereses en el plan de producción¹¹⁶. Al mismo tiempo, es importante rodar todas las secuencias previstas de la manera más eficaz.¹¹⁷

Para el plan de producción se deberá determinar el tiempo necesario para cada bloque del programa. Así, debido a que la propuesta es que el programa dure 35 minutos, se utilizará 2 minutos para la apertura, 3 minutos para el cierre del programa y 30 minutos para el cuerpo del programa. Los dos grandes bloques del cuerpo del programa utilizarán 15 minutos cada uno.

3.6.2.1. Organización del rodaje

Primero se grabará el cuerpo del programa, la parte más larga dividida en dos bloques. Para esto, se tendrá en cuenta la disponibilidad de los lugares, que se habrá verificado previamente en el *Scouting*, y las personas que aparecerán en el programa. Para el ejemplo de tratamiento del programa de “la papa” que se presentó previamente en este capítulo, se deberá ver la posibilidad de grabación en Tungurahua en el menor tiempo posible en los que se agrupará las intervenciones de los entrevistados, de las personas que dan testimonios, del presentador y de la cocinera invitada. Además se agrupará las locaciones en esa provincia, debido al principio de la producción de maximizar los recursos. El primer día se grabará en

¹¹⁵ Jaime Barroso, *Realización de documentales y reportajes*, Madrid, Síntesis, 2009, p.344

¹¹⁶ *Ibíd.*

¹¹⁷ León Bienvenido, *Dirección de documentales para televisión, guión, producción y realización*, Navarra, EUNSA, 2009, p.114

exteriores toda la información de la papa (cultivos de papa, recolección de papas, aspectos generales del suelo, y testimonios de productor de papa). Dos semanas antes de la grabación se seleccionará y se verificará la información que aparecerá en infografías, mapas, líneas del tiempo a cargo del director, el animador gráfico y el editor. El segundo día se grabará la información sobre el plato, en este caso el Yahuarlocro en el Cantón Píllaro, los datos históricos se contarán a través de testimonios, entrevistas a conocedores del tema, así como las locuciones del conductor-reportero, se necesitará mostrar imágenes de los ingredientes en materia prima, se mostrará cómo se lava las menudencias, de qué animales proviene. Asimismo, para los datos históricos se utilizarán fotografías fijas y de ser necesario animaciones, aunque siempre se buscará presentar hechos y actores reales para la configuración de los reportajes.

Se deberá tener en cuenta el rodaje de las secuencias según la mejor luz natural posible por eso se grabará los exteriores en horas de la mañana.

Al finalizar el rodaje se grabará en interiores, en el caso del tratamiento antes mencionado, por ejemplo, la preparación del plato con el cocinero invitado. Para esto, previo a la grabación se deberá dejar claras las acciones que se necesitarán en esa parte del programa al invitado (¿Cuándo dar el paso al reportaje? ¿Sobre qué conversarán? Se dejarán claras las acciones, pero la conversación será espontánea. Media hora antes de la grabación se deberá dejar listos los ingredientes (picados, en pozuelos, listos para preparar). Semanas antes de los rodajes se deberá coordinar con cocineros invitados y preguntar si tienen todos los ingredientes y el costo, puesto que uno de los objetivos del programa es que se realicen las

recetas tradicionales, la cocinera o cocinero invitado estará a cargo de conseguir los ingredientes y los costos serán asumidos por la producción del programa.

3.6.2.2. Presupuesto:

El presupuesto lo forman la totalidad de los gastos necesarios para la realización de un programa de TV. Por ello, se debe hacer una lista de las necesidades fundamentales previstas para la realización de la obra.¹¹⁸ A continuación se distinguen algunos elementos que se deberá tener en cuenta para la producción como: guión, música, equipo humano, escenografía, iluminación, maquinaria, exteriores, escenarios, post-producción (edición y sonorización), transporte, materiales *casting*, pago invitados o convenio, viáticos (hoteles y comida), ingredientes para platos.

¹¹⁸ León Bienvenido, *Dirección de documentales para televisión, guión, producción y realización*, Navarra, EUNSA, 2009, p.114

Esquema de presupuesto

	Episodio 1	Episodio 2	Episodio 3	Episodio 4	Episodio 5	Episodio 6	Total
Trabajo intelectual							
Investigación	100	100	100	100	100	100	600
Materiales, suministros, misceláneos							
Material impreso convocatoria presentador	100						100
Sonido	75	75	75	75	75	75	450
Internet	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5	105
Maquillaje	20	20	20	20	20	20	120
Trípode	62,5	62,5	62,5	62,5	62,5	62,5	375
Disco duro	15	15	15	15	15	15	90
Ingredientes	100	100	100	100	100	100	600
Intercomunicadores	85						85
Cámara	313	313	313	313	313	313	1878
Edición (2 computadoras)	750	750	750	750	750	750	4500
Iluminación	63	63	63	63	63	63	378
Tarjetas de celular	10	10	10	10	10	10	60
Gastos varios	15	15	15	15	15	15	90
Edición musical	62,5	62,5	62,5	62,5	62,5	62,5	375
Remuneraciones							
Productor	200	200	200	200	200	200	1200
Camarógrafo	100	100	100	100	100	100	600
Animador	212	212	212	212	212	212	1696
Iluminador	75	75	75	75	75	75	450
Chofer	65	65	65	65	65	65	390
Editor	250	250	250	250	250	250	1500
Director	200	200	200	200	200	200	1200
Reportero	100	100	100	100	100	100	600
Presentador	75	75	75	75	75	75	450
Asistente de dirección	65	65	65	65	65	65	390
TOTAL							18282

Ejemplo de viáticos programa Sierra 1 “La papa”

Movilización, hospedaje y alimentación (programas de Interculturalidad)	Día 1	Día 2	Día 3	Total
Gasolina	25	25	25	75
Hotel, viáticos y subsistencias	97	97	97	291

Edición

Implica la decisión de cómo quedará el programa. Para el programa planteado, aquí se realizará el montaje del reportaje con las infografías, y los otros esquemas gráficos, con la

grabación de la receta y se editará lo más importante de las entrevistas y testimonio. Se musicalizará al programa con la selección de temas previamente seleccionados, se editará las locuciones del presentador. Durante este proceso se decide el uso de efectos sonoros y visuales, aunque debido a que se utilizará el formato reportaje, en el programa planteado sólo se utilizarán si existen razones específicas expresivas o narrativas.

3.7. Conducción

Según Mauricio Armedaris el presentador de un programa de cocina ecuatoriana tratado desde un enfoque cultural, debe ser un Chef con conocimiento en cocina del Ecuador. Según los participantes de los grupos focales, el conductor debería dialogar con estos actores que son parte fundamental de la cocina del Ecuador, y su papel sería rescatar los conocimientos de estas personas, reivindicarlos, y lograr que el público se identifique con la cocina del Ecuador (Ver capítulo 2). De esta manera, un punto clave para el programa que se plantea será el conductor, por lo que jugará un rol protagónico dentro del programa ya que será quien presentará la investigación y además se interrelacionará con los otros actores del programa.

3.7.1. Consideraciones para Casting de conductor

Debido a que el *casting* es la operación que se encarga de proporcionar, según el programa y sus características, a los colaboradores, es importante mencionar que para este programa, la selección del conductor será especialmente importante, ya que según los resultados del estudio de diagnóstico es una de las estrategias para atraer al público. Asimismo, el también se necesitará realizar un *casting* para la selección de cocineros y

cocineras que participaran en cada programa. Por ello, para realizar el *casting* se debe tener en cuenta algunas características específicas.

1. Hombre o mujer de 30 a 40 años
2. Buen aspecto físico (no tiene que ser modelo, sino que se note que es saludable)
3. Debe tener conocimiento en cocina ecuatoriana, de preferencia un *Chef*.
4. Debe interesarle investigar sobre el tema y hacer un trabajo de reportero, aunque no haya tenido experiencia previa.
5. Debe ser carismático.

En la conducción el director y el productor tendrán un papel fundamental. Pues será su labor realizar un *casting* adecuado para escoger al conductor idóneo y guiarlo de manera precisa para que no cometa errores de información o por falta de conocimiento con el tema a tratar. Aunque no se trata de un programa serio, debido a que los objetivos son una apropiación, reivindicación e identidad de la cocina ecuatoriana, es necesario tratar con respeto la información que se presenta.

3.7.2. Consideraciones para casting de cocineros invitados

Debido a que los actores principales serán los cocineros tradicionales de los que se ha hablado previamente, y que según los participantes del estudio de diagnóstico son actores fundamentales en un programa de cocina del Ecuador, es importante precisar las características que se buscarán en estas personas:

1. Mujeres u hombres de cualquier edad que sean conocidos en su comunidad por cocinar bien.

2. Tener en cuenta que se ha hecho una selección de productos y platos para mostrar en el programa se tendrá y buscar cocineros que sepan preparar esos platos, que son tradicionales de cada lugar.
3. Personas que estén dispuestas a aparecer en televisión: que tengan capacidad de comunicarse de acuerdo a ciertos lineamientos y que sean carismáticos.

Para escoger a los cocineros, ellos pasarán por un proceso de selección en el que intervendrá el conductor, que como se ha dicho deberá tener conocimientos de cocina tradicional del Ecuador y por lo tanto será capaz de apoyar a la selección de los cocineros, el productor y el director también seleccionarán a las personas de acuerdo a los conceptos del programa.

Además, para lograr la participación del público se propone que los espectadores del canal en el que se presentará el programa pueda escribir a la producción y proponer una cocinera tradicional o cocinero que conozcan en las ciudades que previamente se ha elegido (Manta, Esmeraldas, Ambato, Cuenca) y de esa manera se iniciará la búsqueda de cocineros invitados. La idea es seleccionar a cocineros que proponga el público.

Conclusiones

En conclusión, la televisión pública y cultural en el mundo tuvo un modelo que funcionó bien hasta los años ochenta cuando sufrió una crisis que la obligó a asumir los formatos del modelo comercial, lo que terminó por desvincularla de su concepto original.

Asimismo, aunque los servicios de televisión pública en Europa buscaron representar programación con contenidos de calidad, en los canales dedicados a la cultura, para así cumplir con el objetivo de promover una oferta de programación deficitaria y de mayor calidad que la televisión comercial, la falta de relación con la audiencia terminó por convertir a esos canales en oferta para públicos especializados, que mostraban una cultura intelectual, que tampoco fomentaba una televisión plural, participativa o incluyente.

Igualmente, la televisión comercial y los formatos que homogenizan los mensajes en la oferta televisiva actual, aún con la proliferación de la oferta y el nacimiento de canales especializados, lejos de mostrar las diferencias sociales y culturales introducen un panorama que no garantiza la diversidad ni la representación multicultural, sino que repite los modelos exitosos debido a la competencia sometida a las condiciones del mercado.

Por ello, es importante pensar sobre la televisión pública como una herramienta para la representación cultural de modo democrático real. Aunque varios teóricos de la televisión son escépticos con las posibilidades del medio y aún más con los servicios públicos, que están condenados a desaparecer, otros como Barbero, Rincón, Rey, Fuenzalida, Canclini afirman que se debe asumir al medio y a su alcance como un dispositivo que masivamente represente la multiculturalidad y a los actores sociales que no tienen voz.

La pauta publicitaria y las mediciones de *raintig* con objetivos puramente mercantiles son una práctica que ha permitido la fragmentación, la homogenización y los estereotipos en la televisión comercial de hoy, sin embargo, es importante el fomentar una televisión que logre un acercamiento con el público de tal manera que este se sienta identificado y representado. De este modo, la televisión con sentido público podrá obtener una parte de la audiencia.

Muchos servicios públicos de televisión, sobre todo en América Latina, se dedicaron por largo tiempo y algunos hasta la actualidad, a repetir propaganda de los gobiernos, sin preocuparse por los avances tecnológicos, nuevas formas de producción, formatos y programación. Esto, los alejó de la audiencia y garantizó el afianzamiento de la televisión comercial en el continente.

Por otra parte, en el Ecuador el nacimiento de la televisión pública es reciente, aunque falta lograr mayor independencia, mejorar en la calidad de producción nacional, ya existe un espacio para creadores que pueden hacer propuestas y experimentar con nuevas formas de hacer televisión con contenidos que aporten un sentido cultural.

Asimismo, es crucial el fomentar una cultura de participación social en la que los televidentes puedan opinar sobre los contenidos, formatos, lenguaje audiovisual, canales de acceso, que existen en la televisión, para que realmente esta se vuelva en una herramienta de construcción cultural. Así, los estudios de audiencias, de recepción y de diagnóstico en proyectos audiovisuales para televisión son una manera de acercar a los realizadores y productores a los requerimientos y opiniones de los televidentes. Por ello, el estudio de diagnóstico realizado para este proyecto aportó para la propuesta del programa que se planteó.

Mientras la televisión siga siendo el medio con mayor injerencia en la población, como es el caso del Ecuador (Ver capítulo 2), el crear una televisión con contenidos que representen a la mayoría desde un sentido de inclusión y participación será aún más necesario.

Finalmente, es importante decir que la cocina de Ecuador, los platos y los productos tradicionales son una parte del patrimonio intangible del país, por lo que realizar un programa sobre el tema, tratado desde un enfoque cultural, es una forma de difundir la riqueza culinaria y cultural del Ecuador y así lograr un acercamiento del público ecuatoriano a una parte importante de su identidad cultural.

Bibliografía

Textos impresos:

1. Barbero, Jesús Martín, Claves del debate televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”, en Omar Rincón, comp. *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005.
2. Barbero Jesús Martín, Rey Germán y Rincón Omar, “Televisión: pública, cultural de calidad”, en Gaceta, N° 47, Bogotá, 2000.
3. Barroso, Jaime *Realización de documentales y reportajes*, Madrid, Síntesis, 2009.
4. Bienvenido, León, *Dirección de documentales para televisión, guión, producción y realización*, Navarra, EUNSA, 2009.
5. Bordieau, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.
6. Davies, Maire Messenger, *Children, Television Storytelling, and the Public Sphere*, Cambridge University Press, Nueva York, 2001.
7. Ellis, Jhon, *Seeing things Television in the age of uncertainty*, IB.Tauris 2000.
8. Faus Belau, Angel, *La era audiovisual: historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*, Barcelona, Ediciones Internacionales Universitarias.
9. Fuenzalida, Valerio “Por una televisión pública para América Latina”, en Omar Rincón, comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005.
10. Larrea, Ruby, *Sopas, secos y envueltos del Ecuador*, Quito, Instituto Metropolitano de Patrimonio, 2012.
11. Lynn Mann, Denise, *Private Screenings: Television and the Female Consumer*, Minneapolis, University of Minnessota Press, 1992.
12. Maire Messenger Davies, *Children, Television Storytelling, and the Public Sphere*, Cambridge University Press, Nueva York, 2001.
13. Mora, Luz Alba, *La Televisión en Ecuador*; Guayaquil, Amauta, 1982
14. Moya, Alba, *Atlas Alimentario de los Pueblos Indígenas y Afrodescendientes del Ecuador*, La Amazonía I, Quito, MIES:FAO, 2010.

15. Noam, Eli, *Television in Europe*, Nueva York, Universidad de Oxford, 1991.
16. Orozco, Guillermo, *Televisión y audiencias un enfoque cualitativo*, Madrid, Ediciones de la Torre Universidad Iberoamericana, 1996.
17. Pazos, Julio, *El sabor de la Memoria: historia de la cocina quiteña*, Quito, El Fonsal, 2008.
18. Rey, Germán “El Escenario móvil de la televisión pública. Algunos elementos de contexto” en, Omar Rincón comp., *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005.
19. Rincón, Omar “La televisión lo más importante de lo menos importante”, en Omar Rincón., comp. *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005.
20. Rincón, Omar, comp. *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, 2005.
21. Solarino, Carlo, *Cómo hacer televisión*, Madrid, Cátedra, 2000, p.346
22. Zambrano, Pablo, *111 Platos Populares Del Ecuador*, Quito, Fonsal, 2010.
23. Zhu Ying Berry, Christopher, *TV China : A Reader on New Media*, Bloomington, Indiana University press, 2009.

Textos de Internet:

1. Ayala Alexandra, Herrera Cesar, *Ecuador la ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones en calidad temática*. Internet. <http://issuu.com/ciespalmediaciones/docs/obitelinformecuador?mode=embed&layout=http%3A%2F%2Fskin.issuu.com%2Fv%2Fflight%2Flayout.xml&showFlipBtn=true>. Acceso: Marzo 2011
2. Bustamante Enrique, *Amenazas y posibilidades del sistema audiovisual europeo en la era digital*. Cuadernos de la información. Internet. <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/971/97112298007.pdf>. Pontificia Universidad Católica de Chile. p. 85. Acceso: 03/10/2012
3. Campos Freire, Francisco, *Modelos de televisión pública europea y latinoamericana, en Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, N° 108, 2012*. Internet.

- http://www.ciespal.net/chasqui/index.php?option=com_content&view=article&id=44%3Amodelos-de-television-publica-europea-y-latinoamericana&catid=36%3Aportada&Itemid=27. Acceso: octubre 2012.
4. latinoamericana&catid=36%3Aportada&Itemid=27. Acceso: octubre 2012.
 5. Delgado Salazar Ramiro, Comida y Cultura: identidad y significado en el mundo contemporáneo. Internet. <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/586/58636104.pdf>. Acceso: 7 de mayo 2011.
 6. Diario Hoy, Cronología de los Ministros de Salud Pública (1967 - 1992). Internet. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/cronologia-de-los-ministros-de-salud-publica-1967-1992-48860.html>. Acceso: 21/02/2013
 7. Ecuador en Cifras. *Ciencia y tecnología. Tenencia de televisores*. En línea. <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/cienciaTecnologia.html#>. Internet. 14 de junio de 2012.
 8. García Canclini Néstor, Cinco dudas sobre la televisión cultural, Conferencia inaugural del Encuentro Internacional de Cultura y Medios XV Aniversario de Canal 22, México D.F. Internet. <http://nestorgarciacanclini.net/industrias-y-politicas-culturales/83-conferencia-qcinco-dudas-sobre-la-television-culturalq>. Acceso: octubre 2012
 9. Guerrero Córdova Roberto, Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja. Internet. http://www.utpl.edu.ec/blogjorgeluisjaramillo/wp-content/uploads/2010/06/roberto_guerrero-historia-de-la-TV-en-Ecuador-y-en-Loja.pdf. Acceso: 18/02/2013
 10. North Liisa, Militares y Estado en Ecuador: ¿construcción militar y desmantelamiento civil. Internet. <http://www.flacso.org.ec/docs/i26north.pdf>. Acceso: 21/02/2013
 11. Toussaint Alcaráz Florence, Historia y políticas de televisión pública. Internet. <http://www.compoliticas.org/redes/pdf/redes5/18.pdf>. Acceso: 17 de septiembre 2012

B. No

Si su respuesta es No. ¿Por qué?

- A. No aportan nada nuevo
- B. Solo dan recetas
- C. Hay muchos y todos son iguales
- D. Otro:

12. **¿Qué cree sobre “cocina ecuatoriana” como el tema de un programa de televisión?**

- A. Es un excelente tema para un programa televisión
- B. Es un mal tema para un programa de televisión

13. **Si su respuesta anterior fue B ¿Puede decir por qué es un mal tema para un programa de tv?**

- A. Es un tema poco original
- B. Ya se sabe sobre ese tema, no aporta nada nuevo
- C. Es un tema aburrido y monótono
- D. Otro.

Si su respuesta a la pregunta 12 fue B. ¡Muchas Gracias, esto ha sido todo! Si su respuesta fue A, Por favor continúe con la encuesta.

14. **¿Qué aspectos de la cocina ecuatoriana piensa que deberían tratarse en un programa cultural educativo con este tema?**

- A. La historia y origen de los productos
- B. La diversidad culinaria del Ecuador
- C. Las recetas de platillos
- D. Otro:

15. **Por favor, escriba un platillo sobre el que le gustaría que se hable en un programa de televisión cultural de cocina ecuatoriana.**

16. **¿Qué momento de la semana le parece el más adecuado para ver este programa?**

- A. Entre semana
- B. Fin de semana

17. **¿Durante qué hora del día preferiría ver este programa?**

- A. En la mañana
- B. En la tarde
- C. En la noche

Anexo N° 2

Entrevista Producción de TV pública

Ficha N°: 1

Fecha: 11 de marzo de 2011

Lugar: Quito

Contexto: Entrevista transcrita y resumida a Jorge Guerreo, Productor General de Ecuador TV

¿Cuál es la diferencia entre la producción para televisión pública y privada?

En términos básicos la producción es lo mismo, lo que varía son los presupuestos, generalmente en televisión comercial tienes presupuestos más altos, pero debes hacer televisión atractiva para los posibles auspiciantes. Que tenga o no buen contenido no es importante en la televisión comercial. En la televisión pública es al revés, se trabaja con presupuestos bajos, no importa el auspiciante, porque no tenemos auspiciantes comerciales. Por eso, no nos interesaría un programa que enseñe a cocinar sino uno de alimentación sana.

¿Programa de alimentación?

En la televisión pública no hay programas de cocina, hay programas de alimentación, que es diferente. A nosotros nos interesa que el público sepa alimentarse. Teníamos un programa que se llamaba “El Buen Vivir” asesorado por el MIPRO, no estaba hecho con productos típicos, ni segmentos de cómo hacer el plato, sino otras como quinua y presentábamos alternativas para prepararla. También veíamos la parte económica del plato, porque se puede decir que es nutritivo, pero si es caro de qué te sirve. El lenguaje no era técnico por ejemplo se mostraba ¿Qué es la quinua? ¿Cómo se prepara? Y también tips, por ejemplo, ¿Qué tipo de pescado debes comprar? según un pescador, que es quien sabe cuál es un pescado fresco.

El tratamiento debe ser incluyente, es uno de los principios de la televisión pública, cada programa debe ser participativo, la gente debe hablar. No usamos muchos conductores porque el conductor a veces es un recurso de la televisión comercial para vender, este tal o cual conductor/a te asegura un poder de venta.

¿Qué proyectos interesan a ECTV?

Cuando evaluamos proyectos hacemos dos ejercicios crueles pero efectivos, el primero es que si en los cinco primeros minutos de un programa, como televidente no sabes de qué trata el programa es rechazado o se pide una reestructuración. Normalmente las estructuras de los programas son tradicionales, nosotros no podemos ser tradicionales tenemos que ser mucho más dinámicos, ya que por ser televisión pública mucha gente piensa que es televisión aburrida.

Igualmente, si un conductor aparece, se evalúa, si se lo quita del contexto y no es parte del contenido del programa está demás. Un conductor que aparece en pantalla debe decir algo. Hay programas con conductores, pero deben estar justificados.

¿Cómo posicionan sus programas?

Nuestro televidente no es público masivo, ni el público consumidor, nuestro televidente es el que quiere ver otra televisión. Apelamos mucho a los jóvenes y a los niños, al nuevo televidente. Sabemos que nuestro televidente es el que no tiene cable. El porcentaje de gente que tiene cable en el Ecuador me parece que está entre el 10 y el 15 %, es bajo. El resto ve televisión abierta. Nosotros apelamos a posicionamiento de franjas y manejamos redes sociales. De 8:30 a 9:00 tenemos programas para adultos, de 9:00 a 12:00 programas para pre-escolares, después programación para escolares y luego para adultos. En la tarde tenemos otra franja de niños.

Existen problemas de posicionamiento por el mismo hecho de que en las televisiones se tiene que programar el canal 7. Usamos Gama y TC para publicitarnos.

¿Hacen estudios de audiencia?

No hacemos estudios cuantitativos si no cualitativos, nuestra programación rompe el sistema de programación tradicional, no digo que sean excelentes o pésimos programas pero son programas que aportan en algo.

Palabra suelta es una alternativa a la franja de los otros canales en las que hay telenovelas a esa hora.

En la televisión pública siempre se debe dar una alternativa al público. Cuando yo evalué los programas nuevos tengo que ver si ese programa jamás se haría en la televisión comercial. Por ejemplo un programa que se llama Latitud afro, producido por afros.

¿Se trabaja en co producción?

Sí, se hace un contrato que permite a Ecuador TV tener injerencia sobre el contenido. Se verifica que sea un programa incluyente, participativo, con integración y estructura.

¿Son parámetros de tv pública?

Son estándares en todas la televisiones públicas: lo participativo, toda tv pública debe ser participativa, la parte de inclusión es más ecuatoriana por la diversidad. La televisión es una herramienta que se debe dar a todas las nacionalidades. No nos manejamos con rating ni con auspicios.

¿Miden *rating*?

Sí medimos pero para saber qué es lo que más se ve para que nos guíe, no porque nos domina. Lo que más nos da *rating* son los niños y el fútbol. En Guayaquil tenemos más *rating* que en Quito. La gente piensa que es canal gobiernista. En Guayaquil se hizo una campaña agresiva de publicidad. Gran parte de la responsabilidad de que existan pésimos programas de televisión es de la agencias de publicidad. Porque ellos pautan donde hay *rating*, el programa sigue porque hay plata, si no tiene *rating* se va. Nosotros nos concentramos en los contenidos.

¿Cómo se maneja el presupuesto y los recursos que se tiene en la tv pública para que sean efectivos?

No tenemos auspiciantes comerciales, pero tenemos publicidad del gobierno y de empresas estatales. Tenemos auspicio de Tame, Allegro y ONGS. Nosotros manejamos un proyecto anual. Lo más importante es el presupuesto y el cronograma.

Anexo N° 3

Entrevista sobre Producción de tv comercial

Ficha N°: 2

Fecha: 14 de marzo de 2011

Lugar: Quito

Contexto: Entrevista transcrita y resumida a José Alejandro Adum, Director de post-producción de Telerama.

En su experiencia como productor ¿Qué programas prefiere la audiencia ecuatoriana?

A la audiencia ecuatoriana le gusta que la entretengan, y si la vas a educar es preferible que no se lo hagas saber, si no que te ingenies una manera de presentarle la información.

¿Cómo se da cuenta de que un programa va a tener o no éxito?

No lo puedes saber hasta que lo lanzas, puedes hacer estudios pero eso tampoco te dice mucho. Lo que puedes saber es qué tipo de programa prefiere la audiencia.

¿Los programas culturales tienen éxito en la audiencia ecuatoriana?

Eso depende de cómo se le presentan los programas a la audiencia. Plaza Sésamo, por ejemplo, es un programa educativo que entretiene, no le estás diciendo a las personas que las estas educando. Los programas largos o reportajes largos no son para la audiencia ecuatoriana.

¿Qué tan viable le parece un programa cultural de cocina ecuatoriana?'

No creo que las personas quieran aprender sobre cocina ecuatoriana porque ya saben sobre eso, qué les podrías enseñar, no creo que les interese. Me parece aburrido un programa de ese estilo, pero se me ocurre que podría funcionar un programa más informal con cámara al hombro que entre a las cocinas de señoras, por ejemplo, y que se vea cómo cocinan.

¿Por qué razones podría o no tener éxito?

Al público ecuatoriano no le interesan los formatos de grandes reportajes, que sean largos, en los que se hable de historia. Les interesa que los entretengan. Por ejemplo hay un programa en cable que se llama *Dancing with de stars* que es un nuevo formato diferente y original que atrapa.

¿Cree que el público lo aceptaría?

Es una idea poco original ya se ha mostrado eso, he hablado con muchas personas a las que les interesa producir ese tipo de programa. Así como está concebido no creo que les interesaría.

¿Cree que podría tener publicidad?

Si no hay *rating* tampoco hay publicidad

Anexo N° 4

Entrevista de cocina ecuatoriana en un programa de tv

Ficha N°: 4

Fecha: 22 de febrero de 2012

Lugar: Quito

Contexto: Entrevista transcrita y resumida a Mauricio Arnedaris Presidente de la Asociación de Chefs del Ecuador

¿Cree que un programa de televisión podría servir como método de apropiación de la cocina ecuatoriana?

Podría servir para un proceso educativo y para que la gente conozca que hay en su país. Ayudaría muchísimo a que la gente valore sus productos viendo lo que tiene. En las ciudades más grandes como Quito y Guayaquil hay gente, niños sobre todo, que no han visto un pollo vivo. Se ha perdido la manera de alimentarnos debido a la influencia del *fast food*, por ejemplo, y hay una aculturización debido a que no tenemos claras nuestras raíces. Así se pierde el valor de lo nuestro de lo propio.

¿A través de un programa de televisión se podría el valor que se ha perdido?

Se podría dar información y empezar una conciencia de lo que significa para nosotros la cocina y el problema que sería que los platos y la nuestra cocina desaparezcan. También se podría mostrar lo que ya se ha perdido. Un medio de comunicación que ayude a informar y a mantener esas vivencias culturales sería importante. Si se realizaría el programa desde la perspectiva cultural hay miles de platos que se pueden mostrar de cada región. Sin embargo, eso implica una logística importante que es complicada. Sería interesante un programa que te de un enfoque a nivel nacional de nuestra cocina ancestral de los productos los usos ceremoniales, los usos festivos y medicinales. Sería interesante dar a conocer cómo se alimentan las mujeres de determinada cultura durante el embarazo, los niños, los adultos. .

Para seleccionar los productos y platos de cocina ecuatoriana que se mostrarían en un programa ¿Cómo se tendría que escoger?

El proceso no es tan complicado, porque de acuerdo a la SEMPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo), se podría organizar de acuerdo a la zonas que se han delimitado. Yo delimitaría los territorios y buscaría los productos que existen en cada territorio y en base a eso haría la propuesta culinaria del programa. El producto es la base del conocimiento y la receta es el aporte que se hace. Lo importante es que el informado tenga la opción de agregarle su receta a la técnica. Se presenta el locro y sus variedades, el receptor decide qué hacer con la información que tiene.

¿Se necesitaría un conductor que tenga mucho conocimiento de cocina ecuatoriana?

Creo que se necesita un chef con conocimiento cultural en cocina ecuatoriana y también conocimiento ancestral de cocineras tradicionales y de antropólogos. Se deberían presentar las variedades y mostrar la base del plato, proponer la receta y dar la opción de que se prepare como quiera el espectador. Así el programa sería informativo, educativo e interesante, sino es un recetario. Creo que por eso no se ha hecho un programa de cocina ecuatoriana porque es difícil en la parte de la producción. Sería una producción cara.

¿Usted conoce programas de cocina ecuatoriana con ese formato?

De lo que conozco, no. Es complejo creo que esa es la razón por la que no hay. La cocina ecuatoriana se basa en productos regionales que no hay en todo lado. En el tema de producción se podría complicar, se necesitaría una investigación amplia y además disponibilidad de productos.

Anexo N°5

Entrevista diseño de producción según investigación de cocina ecuatoriana

Ficha N°: 5

Fecha: 22 de febrero de 2012

Lugar: Quito

Contexto: Entrevista transcrita y resumida a Julio Pazos, Escritor e investigador de la cocina ecuatoriana.

¿Cree que se podría organizar a un programa de televisión de cocina ecuatoriana de acuerdo a las zonas político-administrativas que propone la SEMPLADES?

Los productos originales fueron domesticados a lo largo de siglos por diversos pueblos, y son el fundamento de una cocina tradicional del Ecuador. Desde esa perspectiva, las zonas político administrativas no tienen nada que ver. Qué tiene que ver la Yuca que hay en litoral con la que hay en la Amazonía o el maíz propio de la sierra, la papa originaria de las mesetas y los páramos. Creo que habría que pensar de otra manera esa organización de productos para investigar.

¿Qué aspectos de la cocina debería tratar un programa cultural de cocina ecuatoriana?

Además de la historia, debería tratar que es lo que se come hoy desde la perspectiva de la culinaria. Eso debe estar claro una cosa es la comida para sobrevivir otra es la culinaria y otra la cocina gourmet.

¿Cuál sería la organización idónea para comenzar la investigación de los productos?

Se puede usar el término emblemático, lo más representativo. En Ecuador es posible cubrir todo el territorio porque es pequeño y por las condiciones geográficas. Todo ecuatoriano tiene una idea o sabe de dónde proviene el plato. La cocina de cada lugar del Ecuador está bien tratada en los tres volúmenes del programa aliméntate Ecuador como la cocina de las etnias que hay en Ecuador que es otro elemento que valdría analizar. El concepto de emblemático puede servir como documentos previos para organizar el programa visual. De acuerdo a los métodos de investigación como entrevistas a profundidad, encuestas, se puede dar con ciertos platos emblemáticos, que integren el programa. Su programa tendría un espacio que este diseñado y debidamente justificado con la práctica adecuada. Debe ser un poco costoso. Debe haber maneras de rebajar los costos como, por ejemplo, buscar los lugares en donde se preparan esos platos tal vez no sea en Quito y se entreviste al cocinero con una demostración técnica.

Anexo N°6

Matriz oferta de programas de cocina señal abierta							
Canal	Programa	Tipo	Tema	Programa/Segmento	Público objetivo	Horario	Observaciones
Teleamazonas	24 HORAS COMUNIDAD	Noticiero	Noticias de la comunidad	Segmento	Todo público	13:55 a 14:10	Platos típicos ecuatorianos
Teleamazonas Internacional	24 HORAS COMUNIDAD	Noticiero	Noticias de la comunidad	Segmento	Todo público	13:55 a 14:10	Platos típicos ecuatorianos
Ecuavisa	Pan nuestro	Programa de cocina	Cocina	programa	Amas de casa	lunes a viernes 11h00-	Programa en distintas locaciones, recetas preparadas de modo rapido
Ecuavisa Int.	El vecino	Noticias	Notas sobre problemas de los barrios de Quito	Segmento de cocina quiteña popular	Hombres y mujeres adultos de Quito	lunes a viernes 18h00-19h00	Platos típicos de la cocina quiteña. Se enfoca en el personaje que los hace, un enfoque de heroína
RTS	El club de la mañana	Revista familiar	Varios temas/ recetas fáciles	Segmento Sabor Sabor	Amas de casa	Lunes a viernes de 09h30-11h00	Recetas simples para amas de casa. Se publicitan asupicantes a través de las recetas
TC televisión	De casa en casa	Revista familiar	os temas de ca	Segmento	Amas de casa	Lunes a viernes 10H00 a 12H00	Recetas simples para amas de casa. Se publicitan asupicantes a través de las recetas
Gama tv	Dueños del medio día	Revista familiar	Varios temas/ recetas diversas	Segmento Molinari el chef del Ecuador	Amas de casa	Lunes a viernes 11h30-12h30	Gino Molinari prepara recetas simples a su estilo. Publicita a asupicantes a través de sus recetas
Telerama canal 31	Hoy en la cocina	Programa de cocina	Recetas fáciles de Cocina	Programa	Amas de casa	Lunes a viernes 9h30-10h00	Recetas y tips gourmet para amas de casa. Se publicita a asupicantes a través de recetas
Oromar TV 33	Levantante	Revista familiar	Varios temas	Segmento Qué rico! recetas fáciles para prepara en casa	Amas de casa	Lunes a viernes 8h30 am	Segmento de cocina, platos simples rápidos y tips de cocina .
Telesucesos	Cocinando con Carmine	Programa de cocina	Cocina gourmet	Recetas gourmet	Amas de casa	Sábado 09h00 - 09h30	Se preparan recetas gourmet con ingredientes especiales. Largo, pocos planos set fijo.
ECTV	Mujeres 365	Revista de mujeres	Temas de la mujer ecuatoriana	Especiales de nutrición y recetas.	Mujeres	Miércoles: 14h20	Programas especiales que se dedican a nutrición o recetas para preparar en el hogar. Recetas simples, rápidas

Anexo N° 7

Matriz de oferta de programas de cocina señal cable							
Canal	Tipo de canal	Programa	Tipo	Tema	Público objetivo	Horario	Observaciones
UTILÍSIMA	Canal especializado en público femenino	Ariel a la Parrilla	Programa de cocina	Cocina a la parrilla	Amas de casa, hombres,	18:30:00	Carne y todo tipo de comida a la parrilla, cómo armarla, tips de cocina a la parrilla
		Cris Qucik	Programa de cocina	Cocina rápida con base de un solo ingrediente	Jovenes	Lunes a viernes 9:00:00	Christopher preparar con un ingrediente básico, 3 recetas en un tiempo limitado.
		Cocineros al límite	Programa de cocina tipo reality y concurso	Concurso de recetas, mejores recetas en competencia	Todo público	Sábado 10:00	2 grupos de aspirantes a chefs compiten por ser los ganadores y consagrarse como excelentes cocineros.

Matriz de oferta de programas de cocina señal cable

Canal	Tipo de canal	Programa	Tipo	Tema	Público objetivo	Horario	Observaciones
		El toque de Aquiles	Programa de cocina	Recetas sencillas se cocinan de manera divertida e informal	Todo público	Miércoles de 10:00 a 10:30	Recetas simples y sabrosas en compañía de amigos e invitados especiales y familia. juegos, música y baile! Conducción informal, set fijo
		Hombres en la cocina	Programa de cocina	Recetas distintas, gorumet	Hombres	16:30/ 00:00/ 05:00	Seis hombres cocineros y presentadores cocinan juntos. Da la perspectiva de los hombres en la cocina

Matriz de oferta de programas de cocina señal cable

Canal	Tipo de canal	Programa	Tipo	Tema	Público objetivo	Horario	Observaciones
		Lo de Narda	Programa de cocina	Recetas para la familia y el hogar con toque gourmet	Amas de casa	12:30	Narda, una chef conocida, cocina desde su casa. Muestra su parte lado de ama de casa
		Super express	Programa de cocina	Recetas simples y rápidas	Amas de casa	Lunes a viernes 14:30	Recetas simples y rápidas para la mujer actual con poco tiempo para estar en la casa

Canal	Tipo de canal	Título	Tipo	Tema	Público	Horario	Observaciones
CASA CLUB TV	Canal especializado en temas de mujeres	Inspírate con Sandra Lee	Programa de cocina	Cocina fácil de preparar y deliciosa	Amas de casa	Lunes 16:30 a 17:00	Poco tiempo para hacer platos deliciosos. Semipreparados, con ingredientes frescos, simples.
		A probar con Ana y Krsitina	Programa de cocina	Platos especializados de libres de cocina	Todo público	Miércoles de 10:00 a 10:30	Presentadoras no son chefs pero preparan platos difíciles y prueban cómo les sale
		Solo cinco ingredientes	Programa de cocina	Platos sencillos con 5 ingredientes. Fáciles y rápidos	Amas de casa	LUN A VIE 12:00 a 12:30	Preparación de platos simples, sencillos, fáciles y rápidos
		Nick Stellino y sus amigos	Programa de cocina	Alta cocina	Amas de casa	LUN A VIE 12:30 a 13:00	Chef cocina platillos junto a un chef amigo en su casa.
		Cupckem anía	Reallity Show/ docuserie	Cómo hacer un emporio de cupcakes	Amas de casa	LUN A VIE 13:30 a 14:00	Diseño de una empresa, cómo se hace un emporio, reallity de lo que se debe hacer
		Cocina Leal	Programa de cocina	Alta cocina	Amas de casa	MIÈRCOL ES 16:30 a 17:00	Comida especializada, platos gourmet con un chef reconocido mundialmente

Canal	Tipo de canal	Título	Tipo	Tema	Público	Horario	Observaciones
		Cook yourself thin	Programa de cocina	Cocina para no subir de peso	amas de casa y mujeres jóvenes	11:00-11:30	Programa tipo reality. Enseñan a cocinar a una persona que quiere bajar de peso de manera sana y con bajas calorías. Tips de cocina saludable

Canal	Tipo de canal	Título	Tipo	Tema	Público objetivo	Horario	Observaciones
Gourmet Channel	Canal especializado en cocina gourmet y alta cocina	Cocina en la playa	Programa de cocina	Chef mexicano cocina en la playa	Público especializado y amas de casa	15:00 a 15:30	Presentador chef, set-natural, Poco formal. Tips y Paso a paso.
		Los secretos del vino (Sur)	Programa de vinos	Periodista enólogo y el presenta viñedo que visita	Público especializado y amas de casa	16:00 a 17:00	Programa sobre vinos, conductor visita viñedos. Información de: localidad, los datos geográficos
		Los fuegos en Paris con Francis Mallman	Serie documental	Viaje a Paris e información sobre cocina y recetas.	Público especializado y amas de casa	23:30	Chef famoso argentino viaja a Paris, se reune con otros chefs consagrados, visita mercados, restaurantes y muestra a la culinaria de Paris.

Canal	Tipo de canal	Título	Tipo	Tema	Público objetivo	Horario	Observaciones
FOX LIFE	Canal especializado en la familia y el hogar	Men vs food:	Programa turístico Estados Unidos	Presentador hace desafíos de comida, come y prueba todo lo que el ponen delante	Todo público	15:30 a 16:00	Presentador visita (restaurantes, mercados, supermercados)y prueba productos y platos de diferentes lugares de los Estados Unidos.
		Jamie Olivier at home:	Programa de cocina	Chf joven e informal cocina productos simples desde su casa	Todo público	16:00 a 16:30	Chef informal prepara platos deliciosos caseros. Programa ingles,gracioso , extrovertido, describe los sabores y los productos varias recetas que él las hace simples. Comida simple pero rica.
		Ace of cakes	Programa de pasteles	Repostero famoso crea pasteles increíbles	Todo público	Viernes 10:30/ 15:00 y 21:30	Prepara pasteles con diseños complicados en un tiempo limitado. Son retos que el debe lograr
		Choco fantasy	Serie documental	Maestros pasteleros preparan pasteles	Todo público	22:30	Documental que muestra el día día de una de las pastelerías más famosas de Gran Bretaña.

Canal	Tipo de canal	Título	Tipo	Tema	Público objetivo	Horario	Observaciones
		Ramsay's Best Restaurant	Reality-concurso de cocina	Chef famoso busca en restaurantes reconocidos una estrella de la cocina, varios competidores	Todo público	14:00 ó 22:00	Gordon Ramsay viaja a lo ancho y a lo largo de Gran Bretaña para encontrar grandes restaurantes que brinden perfección gastronómica. Va en busca de una brillante estrella culinaria que merezca ganar el título "Mejor Restaurante de Ramsay".
		Dinner Impossible	Programa de turismo, a manera de reality	Chef famoso cocina una cena completa en un tiempo, lugar, y para unas personas determinadas	Todo público	Viernes a las 22:00	Cada episodio el chef recibe una tarea, detalla dónde, para quién, en cuánto tiempo y bajo qué condiciones deberá preparar la comida de la semana.
		Jamie's Kitchen	Serie documental tipo reality	Chef famoso forma a aspirantes a dueños de un restaurante	Todo público	23:00	Jamie Oliver dispone de siete meses para encontrar un restaurante, reciclar el lugar y formar a 15 jóvenes sin empleo, que jamás han trabajado en una cocina.
		Eat Street	Programa de viaje y cocina	Conductor viaja por América del Norte. Visita puestos de comida en la calle	Todo público	Jueves 21:00	Cocina de puestos de la calle. Distintas especialidades. Estilo informal, distintas locaciones

Canal	Tipo de canal	Título	Tipo	Tema	Público objetivo	Horario	Observaciones
		Gordon's Great Escape	Programa de viaje y cocina	Chef famoso viaja a la India prueba comida de ese país	Todo públco	21:30	Explora en los sabores de la cocina de la India. Televidente conoce de la cocina a través de sus ojos.

Canal	Tipo de canal	Título	Tipo	Tema	Público objetivo	Horario	Observaciones
TLC	Canal especializado en familia y hogar	Cake boss	Reallity de familia	Pastelero famoso prepara pasteles increíbles	Todo Público	Lunes de 20:00 a 21:30	Chef enfrenta a complicaciones antes de la entrega de pasteles espectaculares con diseños increíbles. Conflictos del negocio familiar con humor.
		Kitchen Boss	Reallity de familia	Recetas italianas	Todo Público	Sábado de 10:00 a 10:30	Recetas deliciosas de comida italiana se presentan mientras una familia comparte.
Travel Channel	Canal especializado en viajes	ANTHONY BOURDAIN: NO RESERVATIONS	Programa de viaje y cocina	Chef famoso viaja por el mundo.	Público adulto	Lunes a viernes 16:00/20:00 y 23:00	Programa informal, cultura culinaria del lugar que visita. Enfoque del presentador. Importa carisma y actitud.
		Bizarre Food	Programa de viaje y cocina	Chef famoso viaja por el mundo prueba comida rara	Público adulto	Lunes 8:00 y 11:00	Andrew Zimmern visita distintos lugares y prueba comida rara de cada lugar. Alimentos que la mayoría no comería el los prueba a manera de reto.

Anexo N° 8

Guión Grupos Focales

8:00 Llegada y ubicación en las mesas de los invitados

8:10 pm Inicio.

Presentación:

Dinámica: Presentar a la persona sentada al lado derecho.

Nombre, ocupación, propósito de año nuevo, programa de TV favorito (no ficción).

Moderador : hacer las preguntas como una conversación

Tema 1: Discusión sobre televisión nacional (15 minutos)

¿Qué piensas sobre la producción de televisión nacional? ¿Si es mala porque o por que no?

¿Qué programas de TV nacional te gustan? ¿por qué te gustan? ¿Si no te gusta ninguno cuál es el que pasas (que no sean noticieros)?

¿Te gusta la propuesta de la televisión pública? ¿Qué te gusta? ¿Qué no te gusta?

Fama: Cuando las luces se apagan es un reality de artistas nacionales (que hacen cuando no están en el escenario); Terraza musical (propuesta de bandas nacionales). Palabra suelta(entrevista; temas de actualidad política); Lo público (debate)

Tema 2: Conversación de programas de cocina (15 minutos)

¿Qué opinas de los programas de cocina? (5 minutos)

Videos y explicación a cargo de Ana Lía

¿Qué te gusta de estos programas?(se puede preguntar si les gusta el tipo de lenguaje audiovisual: las cámaras, los colores, la conducción, funciona o no funciona para ti, aburre o no, qué no te gusta de cada uno de los ejemplos)

1. **Tour gastronómico:** un chef viaja por el mundo o por un mismo país descubriendo nuevos sabores. Mezcla su experiencia de viajero con la información de la comida de cada lugar. Narra lo que hace. Ej: Anthony Bourdain No reservations; Narda en Londres (gourmet channel) . (No hay set, cámara persigue al presentador por donde va)
2. **Chef cocina una especialidad:** tips de cocina gourmet. (Chef cocina de autor. Ej: Programas de El Gourmet Channel, Gino Mollinari (Set de cocina, chef, recetas gourmet)
3. **Reportaje de cocina:** información sobre un ingrediente, plato o forma de preparación. (Conductor chef hace entrevistas, recoge testimonios, prueba y narra en off)Ej: La Ruta del Cacao; los sabores de Italia

Tema 3: conversación sobre tipo de producción (20 minutos)

¿Verías un programa de cocina ecuatoriana con un enfoque diferente?

Propuesta de formatos: ¿De estos qué formato de tv prefieres para un programa de cocina? ¿te gusta alguno?
¿Funciona o no funciona? ¿Qué aumentarías o quitarías?

1. **Cocina y entrevista:** un famoso habla de su vida cotidiana de sus costumbres, mientras prepara su plato preferido de cocina ecuatoriana. Tiene la ayuda del conductor que es un cocinero y entrevistador. (Set fijo o ir a la casa del famoso)
2. **Cocina cotidiana:** cómo cocina una familia, a diario qué elementos de la cocina ecuatoriana utiliza o no utiliza. Presentador chef y entrevistador consulta los hábitos de la familia. Tips nutricionales (Set fijo casa de familia)

Anexo N°9

Registro Grupos focales						
Nombre	Ciudad	Profesión	Ocupación	Tienes televisión	Television por cable	
20 a 30 años de edad						
Valeria Guerrero	Quito	Estudiante de comunicación (PUCE)	Redactora free lance	Si	Si	
Paulina Gonzales	Quito	Estudiante de comunicación (PUCE)	Redactora free lance	Si	No	
Cecilia Angulo	Quito	Estudiante de Parvularia (UTE)	Estudiante	Si	Si	
Paola Olmedo	Quito	Estudiante de Negocios Internacionales (PUCE)	Estudiante	Si	Si	
Jacobo Campuzano	Quito	Estudiante de veterinaria (UDLA)	Estudiante	Si	Si	
Jose Ramirez	Quito	Estudiante de Ingeniería Civil (UDLA)	Estudiante	Si	No	
Juan Pablo Landazuri	Quito	Lic. En comunicación (PUCE)	Comunicador web en EMAP	Si	Si	
Andres Eguetz	Quito	Estudiante de comunicación (PUCE)	Redactor free lance	Si	Si	
Emilia Vela	Quito	Diseñadora gráfica (UDLA)	Bailarina de flamenco y diseñadora grafica	Si	Si	
Nicolas Flores	Quito	Estudiante de medicina (UIDE)	Estudiante	Si	Si	
30 a 40 años de edad						
Monica Martinez	Quito	Actriz	Trabaja en su propia empresa (MILIMON)	Si	Si	
Tito Martines	Quito	Ilustrador	Ilustrador free lance	Si	Si	
Mylai Borja	Quito	Chef	Chef en empresa propia (MILIMON)	Si	Si	
Maria Augusta Ormaza	Quito	Abogada	Asistente de gerencia de AXIS	Si	Si	
Sylvie Cevallos	Quito	Administradora	Gerente de Edu Hoy Cia.	Si	No	
Diego Albuja	Quito	Diseñador gráfico	Diseñador gráfico free lance	Si	No	
Silvia Andrade	Quito	Comunicadora	Comunicadora en el MIC	Si	Si	
Danny Arias	Quito	Diseñador gráfico	Diseñador gráfico en Santillana	Si	Si	
Diana Venegas	Quito	Ingeniera Comercial	Estudiante de MBA	Si	Si	
40 años en adelante						
Rebeca Jimenez	Quito	Profesora	Propietaria de almacenes de ropa importada	Si	Si	
Alfonso Illescas	Quito	Ingeniero en petroleos	Propietario de empresa de productos Agrícolas	Si	Si	
Nancy Donoso	Quito	Vendedora	Vendedora de pasteles	Si	Si	
Alejandro Flores	Quito	Ingeniero Agroindustrial	Vendedor de Bienes raíces	Si	Si	
Andres Borja	Quito	Mtr. En comunicación politica	Coach y consultor en empresa propia Concaper.S.A	Si	Si	
Felipe	Loja	Comunicador	Reportero y presentador en canal de TV Loja	Si	No	
Martha Ormaza	Quito	Actriz	Actriz de teatro, cine y TV	Si	Si	
Gustavo Borja	Quito	Arquitecto	Profesor universitario	Si	Si	
Carolina Lizalsaburo	Quito	Cantante	Cantante, diseñadora gráfica	Si	No	
Mónica Gomez	Quito	Psicóloga	Psicóloga en consulta privada	Si	Si	
Ena Bermeo	Quito	Ama de casa	Ama de casa	Si	Si	
Maria Fernanda Ormaza	Quito	Vendedora	Vendedora de productos de cama importados	Si	Si	