

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



Producción televisiva, docencia y emprendimiento audiovisual

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Yuri Ivan Garrido Barnuevo

Código 19880315

Asesor

Percy Subauste Villanueva

Lima – Perú
Agosto del 2022



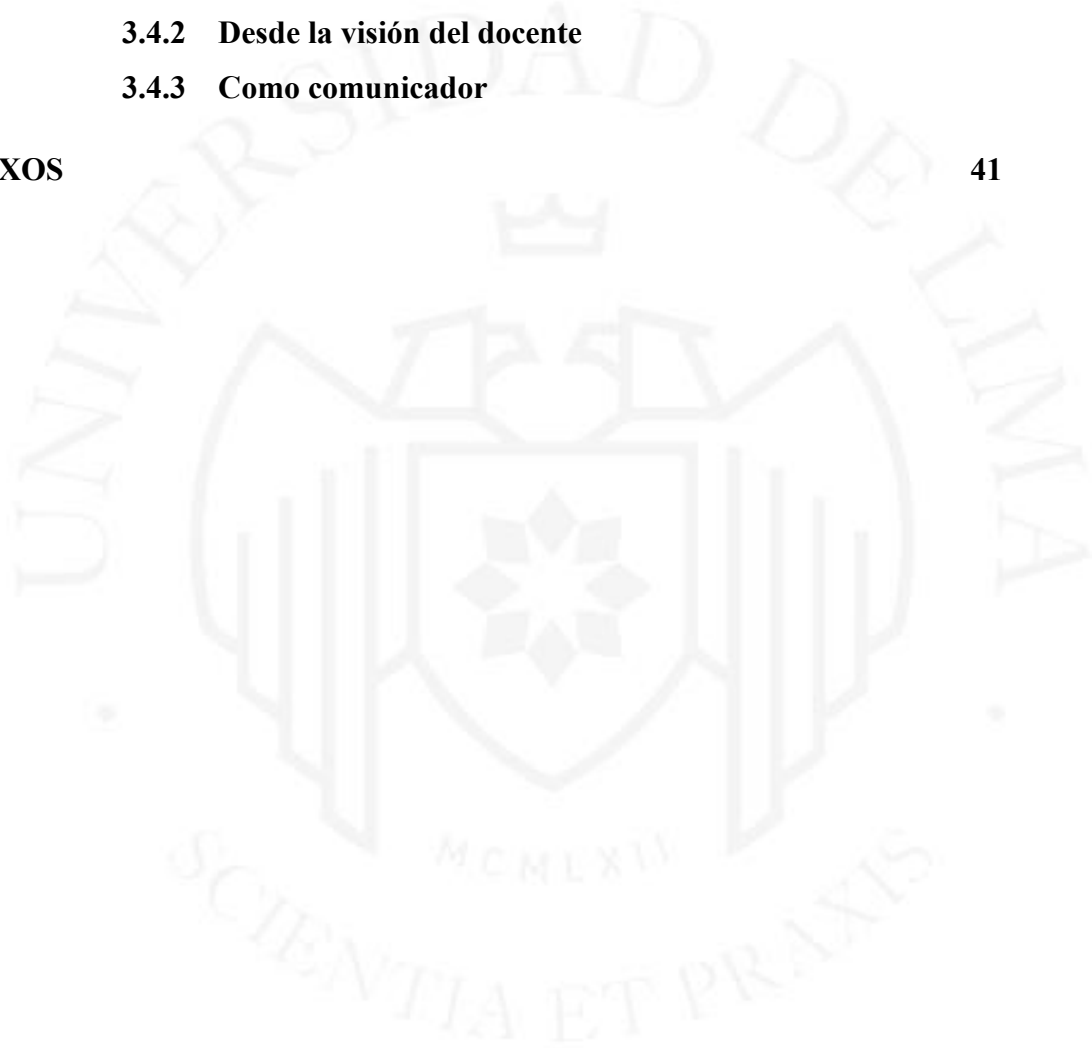


**Producción televisiva, docencia y emprendimiento
audiovisual**

ÍNDICE

RESUMEN	página 5
INTRODUCCIÓN	8
1. EXPERIENCIA PROFESIONAL	10
1.1. Los primeros de la profesión	10
1.2. La era digital	11
1.3. La sub-gerencia	11
1.4. El nuevo reto de producción	13
1.5. El emprendimiento audiovisual	14
1.6. De vuelta a la docencia	14
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	16
2.1. Una década de retos profesionales	16
2.2. El contexto laboral en TV Perú	16
2.3. El primer encargo de producción	17
2.3.1. Condiciones laborales y organigrama	
2.3.2. La infraestructura	
2.3.3. La producción y realización	
2.4. Qué fue lo que encontramos	18
2.5. Requerimientos de producción	19
2.6. Planteamiento de objetivos de producción	20
2.7. Nueva imagen de Confirmado y lanzamiento de programas	21
2.8. Resultados de la gestión frente a la producción general	24
2.9. De canal 7 al emprendimiento empresarial	26
2.10. Retorno a la docencia	30
3. REFLEXIONES PROFESIONALES	33
3.1 El aprendizaje y la práctica	33
3.2 Aplicando creatividad y tecnología	34
3.2.1 Investigación	

3.2.2 Propuesta creativa	
3.2.3 Prototipado.	
3.2.4 Transferencia	
3.3 Nuevos vientos en comunicaciones	36
3.4 El comunicador del siglo 21	37
3.4.1 Desde la visión del empresario	
3.4.2 Desde la visión del docente	
3.4.3 Como comunicador	
ANEXOS	41



RESUMEN EN ESPAÑOL

Este es un recorrido por la experiencia profesional de un Comunicador egresado en los albores de la década de los noventa, que se vio enfrentado a una realidad audiovisual vertiginosamente cambiante a nivel tecnológico. Son treinta años de vida profesional que se inicia en la década previa al cambio de siglo y abarca la explosión tecnológica de lo digital y el proceso de masificación comunicacional a través del internet, con la consecuente modificación de un entorno social con cambios en los conceptos de privacidad y nuevos procesos de comunicación motivados por el internet.

Es una experiencia contada a través de sus trabajos profesionales en varios canales de televisión, pero en especial en TV Perú, donde la gestión lograda significó un constante aprendizaje, que le permitió luego gestar su propio emprendimiento formando la empresa Realizaciones y Producciones Prisma, con la cual actualmente se viene desarrollando como realizador audiovisual, pero que también amplió sus horizontes en lo académico, desarrollando labor como docente en la Universidad Privada del Norte y la escuela superior de comunicación y diseño Toulouse Lautrec.

Palabras clave: Comunicación, Audiovisual, Cambiante, Digitalización, Masificación, Emprendimiento, Docencia.

RESUMEN EN INGLÉS

This is a journey through the professional experience of a Communicator graduated at the dawn of the nineties, who was faced with a dizzyingly changing audiovisual reality at a technological level. Thirty years of professional life that began during the decade before the shift of centuries and encompass the technological explosion of the digital era and the process of mass communication through the Internet, with the consequent modification of a social environment with changes in the concepts of privacy and new communication processes motivated by this new, boundaryless medium.

It is an experience told through his professional work on various television channels, but especially on TV Peru, where the management achieved meant constant learning, which later allowed him to develop his own venture by forming the company Realizaciones y Producciones Prisma, which is currently allowing him to develop himself as an audio-visual producer, but has also broadened his academic horizons, developing work as a professor at the Universidad Privada del Norte and the Toulouse Lautrec Higher School of Communication and Design.

Keywords: Communication, Audiovisual, Changing, Digitization, Overcrowding, Entrepreneurship. Teaching.

INTRODUCCIÓN

Uno de los pensamientos que todo nuevo profesional de las comunicaciones tiene cuando inicia su carrera es la duda con respecto a si tendrá éxito o podrá conseguir un trabajo fácilmente. Además, se pregunta si realmente ha elegido la carrera adecuada para su desempeño profesional. Aquellas son cuestiones que siempre están presentes, aunque hoy – con casi 30 años como profesional – debo decir que estas se han transformado en líneas de motivación que me permitieron trabajar con mayor ahínco, buscando no solo la eficiencia, sino superarme cada día más.

Pertenezco a la denominada generación X, que constituye un grupo etario que enfrentó a lo largo de toda su vida académica y profesional diversos cambios a nivel tecnológico y social. Tal situación requería de una constante capacitación, así como de una enorme predisposición para enfrentar los cambios. Esta es la generación que egresó de la universidad en la década de los 90, siendo ya partícipe de la realidad técnica de la computación, aunque la de aquel momento no pueda compararse con el contexto actual y el uso ya masivo del internet en diferentes dispositivos.

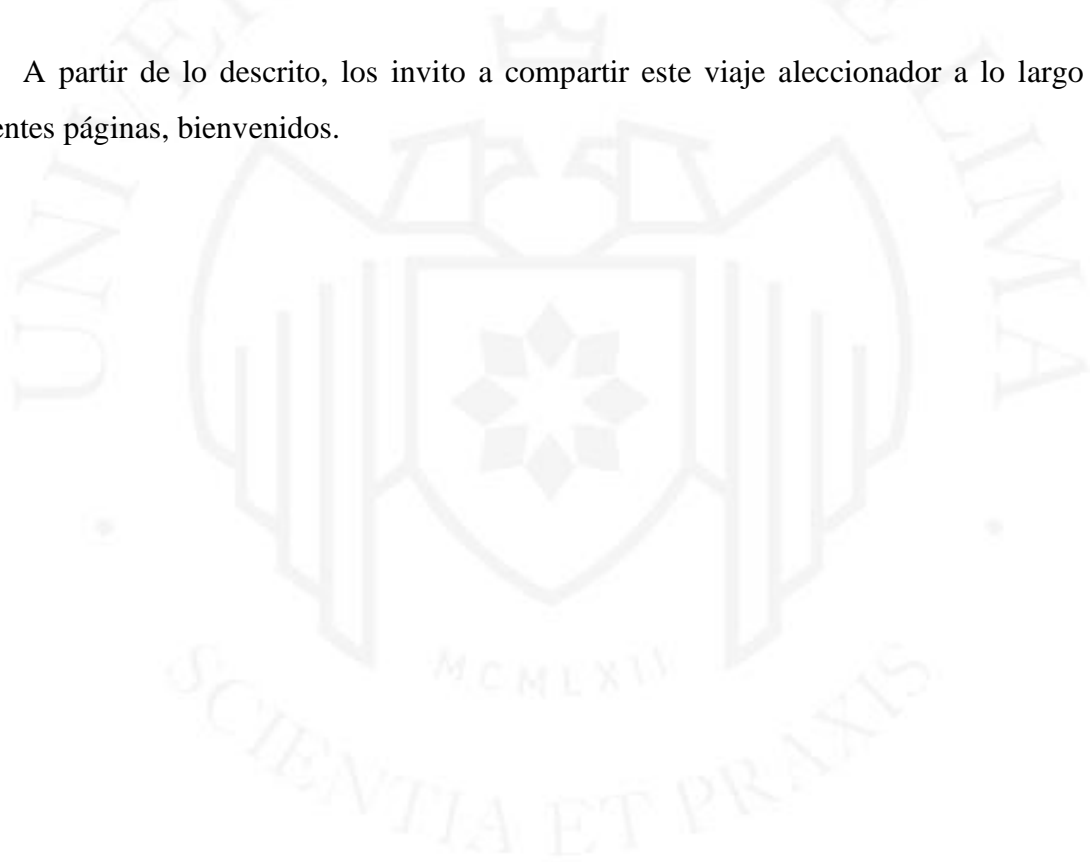
A nivel académico nos enfrentamos a teóricos narrativos como Umberto Eco, que nos permitía entender el uso del metalenguaje, la lectura entre líneas y la creación de sentido. También abordamos autores cuestionadores como Giovanni Sartori, que en el año 1997 señaló que las posibilidades de los cibernautas serían incalculables. En tal sentido, el investigador nos comenta que la tecnología nos permitiría manejar nuestros gustos y deseos a través de un navegador que asume un papel organizador. En definitiva, Sartori era un teórico adelantado a su tiempo, puesto que nos habla de lo que ahora nosotros entendemos como inteligencia artificial. Por otro lado, en lo audiovisual el crecimiento fue vertiginoso, por lo que comenzamos a enfrentar conceptos innovadores como lo multimedia. Además, ya nos encontrábamos en los albores de la interactividad, entendida en ese entonces como la decisión a distancia de un contenido modificable.

De esta manera, el contexto de cambios antes descrito nos enfrentó a crecer teóricamente de forma vertiginosa debido a que, al no ser nativos digitales, debíamos convertirnos en una generación intermedia o híbrida, que fusionara la demostración de la ecuación aplicada por la

generación anterior y el apetito de entender sin temor a probar, experimentar y arriesgar que aplicaba la generación nativa digital. En tal sentido, entendíamos con claridad que nada se rompe y siempre existe el denominado “Comando Z” para poder dar un paso atrás y volver a saltar.

El presente recorrido por mi vida profesional se encuentra lleno de experiencias marcadas por el “ensayo y error”, de manera que mi aprendizaje fue enriqueciéndose de diferentes resultados – entre aciertos y tropiezos – para valorar lo aprendido en la universidad. Por ello, ante la adversidad que suponen los nuevos retos solo se retrocedió con la finalidad de tomar impulso para volver al camino y saber que uno está madurando profesionalmente.

A partir de lo descrito, los invito a compartir este viaje aleccionador a lo largo de las siguientes páginas, bienvenidos.



1. EXPERIENCIA PROFESIONAL

1.1 Los primeros años de la profesión

Mi experiencia universitaria se inicia en 1988, año en que ingresé a la Universidad de Lima y, a lo largo de cinco años académicos, me formé como un profesional con dominio de los medios audiovisuales en la facultad de Ciencias de la Comunicación. La elección de esta carrera profesional estuvo motivada por mi temprano desarrollo como locutor radial en Panamericana, Radio filial de Cajamarca. Desde ese entonces los medios de comunicación fueron parte esencial en mi vida. Muy pronto en la facultad tuve la oportunidad de relacionarme con la tecnología e innovación, desarrollándome como operador de equipos en la facultad, lo cual abre oportunidades importantes en apoyo de mi experiencia profesional. El primer acercamiento a la televisión fue gracias a ello y se hizo a través de “Promoviendo”, un programa que, para su época, presentó una ventana innovadora a nivel audiovisual. Esto pudo advertirse en los resultados del programa, puesto que se convirtió en un referente de la innovación narrativa a lo largo de sus años de emisión. Asimismo, se le consideró un programa adelantado a su tiempo, disruptivo y que brindó oportunidades a profesionales de comunicación que se propusieron como meta la experimentación de nuevos procesos de realización.

Luego de este programa pasé por América TV, canal en el cual estuve en una primera etapa desde el 1993 hasta 1997, donde me desempeñé como camarógrafo en el área de Prensa. Dicha experiencia fue muy interesante ya que pude experimentar una realidad competitiva, lo cual era distinto a mi experiencia previa en el rubro. De esta manera, logré crecer y consolidar mi interés por la realización y producción audiovisual. A la par, me inicié en la enseñanza, convirtiéndome en jefe de práctica y docente de los institutos Sistemas Perú, la PUCP y Toulouse Lautrec. Tales instituciones me permitieron ingresar a un proceso de retroalimentación con mis estudiantes, de modo que estuve en constante actualización con respecto a los sistemas tecnológicos de última generación que aparecían en el mercado.

1.2 La era digital

A mediados de 1995, dentro de los nuevos procesos de producción audiovisual, destacó la postproducción lineal y no lineal, así como los procesos multimedia y los desarrollos vinculados a plataformas de cómputo. En mi caso, la era digital llegó gracias a la producción independiente, a través del programa Avant Premiere con Verónica Ayllón, donde ingresé el año 1998. El programa se emitía por canal 13, pero se producía fuera del canal en una casa realizadora con equipos no lineales de primera generación, lo cual se debía a que su contenido requería el mayor avance posible en lo que significaba postproducción en esa época.

De esta manera, me desarrollé como editor no lineal, algo que en esa época era muy limitado en el mercado de nuestro país. Aquella oportunidad laboral me permitió convertirme en productor por primera vez, lo cual me abrió diversas puertas. Una de ellas fue la oportunidad de trasladarnos (en 1999) a América Televisión, un canal con mejor sintonía que la casa televisiva anterior. Además, allí tuvimos la oportunidad de desarrollar un programa de contenido cinematográfico con una mayor calidad y presupuesto. Este primer ciclo de trabajo concluyó a finales del año 2000.

1.3 La Sub-Gerencia

En el año 2001 ingresé al Canal 2, en específico, al área de Prensa, como Adjunto a la Edición General de Prensa. Mis funciones en esta nueva posición consistían en reestructurar el área, pues el canal estaba pasando por un cambio de administración y la alta dirección solicitó reformular y crear programas de impacto, además de potenciar los ya existentes. Dentro de mis responsabilidades se encontraba el programa dominical “Contrapunto”, sobre el cual se gestionaron cambios en su escenografía y postproducción para alcanzar una mejora de calidad en función de lo aprendido en años anteriores.

Propuse el retorno al formato de noticieros en tres emisiones, creando para ello el programa “A Primera Hora”, con la conducción de Jaime Chinchá y Beatriz Alva Hart. Retomamos el noticiero del mediodía, conservando para ello el nombre emblemático de “90 Segundos”. Por su

parte, el noticiero central mantuvo su horario habitual de las once de la noche, pero también fue mejorado a nivel de producción. Asimismo, propusimos la creación de dos nuevos formatos bajo el concepto de magazín informativo. El primero de ellos, bajo la conducción del periodista Jaime Bayly, llevó por nombre “El Francotirador”; mientras el segundo fue un espacio conducido por Beto Ortiz que se concibió como un programa desenfadado bajo el título de “Nadie se duerma”.

Los dos programas fueron exitosos y controvertidos, pero siempre manteniendo el respeto por una línea editorial establecida con anticipación. Adicionalmente, los periodistas César Hildebrandt y Gustavo Gorriti también formaron parte de nuestra gestión en prensa. El primero condujo el programa “Hasta Aquí Nomás”, en tanto Gorriti asumió otro titulado “Periodistas”. Ambos, dentro del formato de investigación, se sumaron al conjunto de producciones que planteamos para la casa emisora.

En esta etapa de mi actividad profesional asumí el cuidado de la línea editorial del canal, velando porque el contenido de cada programa se adecúe a los lineamientos periodísticos planteados para dicha etapa, la cual se había diseñado previamente en coordinación con los productores de cada espacio. Este reto significó un crecimiento profesional enorme para mi carrera, ampliando mis conocimientos en materia de producción periodística, puesta en escena, comercialización y marketing televisivo.

En el año 2002 la experiencia como Adjunto de la Edición General de Prensa me permitió pasar a formar parte de las filas de TV Perú. En dicha oportunidad fui convocado por Eduardo Bruce Montes de Oca, presidente del Directorio, con quien trabajé en el año 1992 en Panamericana Televisión. En esta nueva emisora asumí la Producción General de Prensa, área nueva en el canal que debía apoyar en temas de producción, gestión operativa y realización a la sección de Prensa, dirigida entonces por el señor Juan Carlos Vicente, un periodista de gran trayectoria que marcó distancia del Ejecutivo y logró que los noticieros del canal cumplieran su correcta labor informativa.

1.4 El nuevo reto de producción

El canal 7 se había quedado estancado en el tiempo, sin ninguna mejora en infraestructura, realización, facilidades técnico-operativas, entre otros aspectos. Desde el año 2002 en que inicié mi labor como productor general de prensa asumí el importante desafío de mejorar el área, planteándome tres objetivos de producción que nos permitiera lograr la transformación digital, la mejora en infraestructura y la creación de contenido que el canal requería ya que el área de prensa, además de los informativos, tenía a su cargo algunos programas más. Entre ellos estaba “Reportaje al Perú”, programa que era la suma del trabajo colaborativo de varios reporteros y editores, emitiéndose una hora durante la semana y repitiéndose los sábados por la noche antes del noticiero estelar. Se trataba de un programa valioso, que daba a conocer los encantos turísticos del Perú, desconocidos en muchos casos para nuestros compatriotas.

Para hacer más eficiente la emisión de este programa se modificó su proceso de producción, puesto que se establecieron productos individuales y temáticos, otorgando a cada periodista una sección especializada que se vinculaba con el fomento de la cultura. Asimismo, se cambió la óptica tradicional que se había empleado hasta el momento, incorporando un tono más jovial, entretenido y aventurero para dar lugar a programas concretos como “Reportaje al Perú – Gustos y Sabores”, “Reportaje al Perú – Explorando”, “Reportaje al Perú – Etnias” y “Reportaje al Perú - Reto en los Andes”.

En tal sentido, a lo largo de varios años se realizaron programas que hicieron conocer la gastronomía, costumbres, música, fiestas, lugares, cultura y tradiciones de cada rincón del país. Al respecto, debo decir con orgullo que, desde el año 2002, fuimos los precursores en cuanto a la representación de las experiencias gastronómicas en el Perú, siendo una influencia positiva para futuros programas. Hoy en día “Reportaje al Perú” es uno de los programas nacionales más reconocidos en el ámbito local e internacional, habiendo trascendido al equipo de producción con quienes encaminamos dicho proyecto y manteniendo 22 años de emisiones ininterrumpidas.

Por otro lado, como parte de mis responsabilidades en la creación de contenido oficial, me correspondía producir los eventos oficiales que cubría el canal, tales como los discursos a la Nación

del Presidente de la República cada 28 de julio, la Gran Parada y el Desfile Militar, así como (cada cinco años) la Ceremonia Oficial de Cambio de Mando. Asimismo, tuve a mi cargo producción general de tres Cumbres Presidenciales y eventos de renombre internacional como las reuniones de APEC 2008, ALCUE 2008 y la Cumbre Presidencial de la Comunidad Andina de Naciones. Tales ceremonias debían compaginarse con eventos de trascendencia nacional como fue el caso de las conversaciones y firma del TLC - Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos que se desarrollaron en el Perú entre los años 2004 al 2009.

1.5 El emprendimiento audiovisual

En paralelo a mi etapa en Tv Perú, la realización audiovisual no había sido abandonada por mi interés profesional. Por el contrario, se había potenciado cuando implementé, en el año 2009, Visual Media Broadcast Perú, una empresa de producción y alquiler de equipos, que era filial de VMB España, empresa que en Madrid ya tenía varios años haciéndose de un buen nombre en lo que se refiere a realización y alquiler de equipos. Con la productora en Perú atendimos clientes como Movistar, SUNAT, Telecinco, Boomerang, 360 BTL, Inca Kola, el Ministerio de Salud, Peugeot, entre otros. Esta etapa duró hasta el 2014, año en el cual dejo Visual y emprendo un camino más personal y creativo, creando “Realizaciones y Producciones Prisma”, empresa que actualmente tiene como clientes a Gloria S.A., TOC Asociados, Perú LNG, ONP, Hunt Oil, Tottus, Pluspetrol, MIDIS, Mapfre, Asociación AFP, Ministerio de la Producción, Comunidad Andina, DEVIDA, Legado, entre otros. Actualmente la empresa sigue funcionando y, a pesar de la pandemia, nuestra cartera de trabajo se ha incrementado.

1.6 De vuelta a la docencia

Si bien en el año 2000 tuve que dejar la docencia, la retomé en el 2021 y se ha convertido en el complemento perfecto de mi labor como comunicador. En tal sentido, me desempeñé en la UPN (Universidad Privada del Norte), donde tengo a mi cargo el Taller de Investigación Periodística y el Taller de Fotografía Informativa. Asimismo, en la Escuela Superior de Comunicación y Diseño Toulouse Lautrec me desempeñé como docente del Taller de Documental, Taller de Técnica Audiovisual y el Taller de Realización Audiovisual

Con el fin de poder hacer frente a estos retos académicos, he obtenido el grado de Maestro en Gestión y Docencia Universitaria, estudios que realicé en el año 2017 y que actualmente ha potenciado mi labor como docente.



2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

2.1 Una década de retos profesionales

Para poder analizar de forma ordenada mi experiencia profesional he decidido explicar tres etapas importantes en el desarrollo de mi labor como comunicador. La primera centra su interés en la gestión desarrollada Canal 7 TV Perú, la segunda en la docencia y la tercera en la conformación de mi propia empresa de producción audiovisual.

En Tv Perú la experiencia se segmenta en un primer momento como jefe de edición, cuyo papel desempeñé del año 2002 al año 2004. Luego formé parte de la Producción General de Prensa (del 2005 al 2007) y, finalmente, asumí el cargo de Productor Ejecutivo de Tv Perú (del 2008 al 2011). Por su parte, la primera parte de mi labor docente se desarrolla desde 1989 hasta el año 2000 en instituciones como la Toulouse Lautrec, la PUCP, Sistemas Perú y la UPC. Posteriormente, en 2012 me reincorporo a las aulas en un nuevo ciclo que continúa hasta la fecha de publicación del presente documento. Finalmente, la experiencia empresarial comienza en el 2009 y se ha sostenido en el tiempo con relativo éxito. Lo que conecta estas tres etapas es que el aprendizaje adquirido en la universidad se ha combinado de forma productiva con el desarrollo laboral descrito.

2.2 Etapa 1: El contexto laboral de TV Perú

El Canal del Estado es una institución noble, que brinda oportunidades a profesionales que realmente desean hacer una labor innovadora aplicando un esfuerzo enorme de producción y creatividad. Teniendo en cuenta además que, en numerosas ocasiones, se debe enfrentar con ingenio y predisposición a problemáticas como la escasez de ciertos recursos.

Ingresé a Tv Perú el 15 de abril del año 2002. Concluido el gobierno de transición del Dr. Valentín Paniagua, he iniciado el quinquenio de Alejandro Toledo que constituía una oportunidad propicia para mejorar la pantalla y el contenido informativo que se creaba, puesto que dicho ejecutivo enarboló la bandera de la libertad de información, expresando de forma constante que había terminado “la década más oscura de los medios de comunicación”.

2.3 Primer encargo de producción

A lo largo del periodo 2002 al 2004, como jefe de edición debía gestionar el flujo de trabajo del área de prensa para desarrollar de forma adecuada la producción de cada programa. Por ello, pude comprender las necesidades que tenía el área y detectar con claridad que, para combatir las limitaciones técnicas y presupuestales de forma eficiente, se debían mejorar todos los procesos a nuestro alcance. En tal sentido, se cambió el noticiero central del set de croma en que estaba ubicado a un ambiente dentro de los sets del canal, lo cual permitió que se crease una escenografía real y multifuncional.



Primera escenografía real de Confirmado – Estudio 1 – Santa Beatriz – Lima Perú

Dicha decisión significó un primer éxito grupal, puesto que implicó mucho ingenio por parte de las áreas involucradas para desplazar cada elemento utilizado a un nuevo escenario. Por ejemplo, fuera reciclado u obtenido a partir de canje, los soportes de cada fondo estaban confeccionados con antenas de la desaparecida radio La Crónica, las que fueron encontradas en el almacén central y reutilizadas antes de desecharse. Por otro lado, la mesa de conducción fue elaborada a partir de soportes de transmisores, mientras que las luces empleadas el set fueron repotenciadas debido a que pertenecían a una donación japonesa recibida en el año 1974. De esta manera, tal éxito laboral me permitió ser promovido al cargo de Productor General de Prensa, de modo que accedí a mayores márgenes de gestión.

La segunda meta propuesta fue la mejora del proceso de producción, para lo que se debía elaborar un diagnóstico situacional enfocado en los tres aspectos que procedo a detallar:

2.3.1.- Condiciones laborales y organigrama del personal de prensa: Se debían identificar las condiciones en que el personal de prensa desarrollaba sus funciones, así como los horarios en que se desempeñaban para establecer parámetros de productividad, implementar procesos de capacitación y evaluar la falta de algún personal profesional dentro del organigrama.

2.3.2.- Evaluación de la infraestructura del área: Se debía evaluar el lugar de trabajo del personal, así como las escenografías de los programas y el equipamiento empleado para identificar las mejoras que se debían proponer.

2.3.3.- El proceso de la Producción y realización audiovisual: Se debía establecer un análisis de la producción propiamente dicha, puesto que se buscaban mejoras para cada programa a nivel de realización, puesta en escena y conducción. El objetivo final era optimizar el proceso de producción y mejorar los procesos aplicados.

2.4 ¿Qué fue lo que encontramos?

El resultado del diagnóstico permitió elaborar un plan de mejora presentado a la Gerencia de Prensa, elaborando para ello el plan de gestión del área, a nivel de infraestructura, operatividad y personal, en concordancia con el plan estratégico del canal. El área de prensa contaba con equipos obsoletos y escasos. El área de redacción, además de estar hacinada, contaba con computadoras obsoletas y no existía un sistema de red que la interconectara. Además, aún se utilizaba el método de notas impresas, las que se elaboraban en original y nueve copias.

El archivo de video de prensa era un pequeño cuarto de triplay, cuyas dimensiones (tres metros de largo por dos de ancho) no eran las apropiadas. Junto a dicho espacio se encontraban las salas de edición, con las que acontecía un fenómeno similar. Además, el único aire acondicionado del recinto enfriaba solo dos secciones, mientras las otras se calentaban por encontrarse fuera del alcance de su capacidad.

Otro problema era la disposición de determinados elementos en el set, puesto que, si bien habíamos trasladado el noticiero hacia una escenografía real en el estudio 1, todavía no podíamos hacer ningún movimiento de cámara debido a que los teleprompter funcionaban con carritos metálicos soportados al piso, lo que hacía imposible los movimientos de cámara.

2.5 Requerimientos de producción

Pese a las limitaciones, la gerencia de prensa, dentro del plan operativo presentado a la alta dirección, propuso incrementar la producción de programas debido a que existía la necesidad de no seguir repitiendo el contenido y evitar la pérdida de audiencia. En otros términos, se necesitaba nuevo contenido, pero sin generar gastos operativos que salieran del presupuesto general, el cual ya había sido recortado en un 15%. En tales circunstancias, a fin de limitar el gasto hubiésemos podido optar por el despido de personal. Sin embargo, tal decisión habría generado más problemas debido a que el equipo de producción necesitaba de más personas capacitadas y no menos.

Es por ello que se realizó un análisis del presupuesto, desglosando sus particularidades para identificar que una cantidad significativa se invertía en material de escritorio. Esto se debía al proceso de producción tradicional que se había mantenido, el cual requería de materiales como papel carbón o cintas de impresora. Como consecuencia de este enfoque, cada nota periodística requería un texto, el cual a su vez debía tener un libreto para la o los conductores, el jefe de piso, el director periodístico, el director de tv, el operador de teleprompter, el titulador, el archivo, el Gerente de Prensa, el o los redactores y para la Producción General. En total, aproximadamente diez o doce libretos por cada informe periodístico, dependiendo del turno.

Para el noticiero Confirmado Edición Central se necesitaban elaborar un promedio de cuarenta informes por emisión, si cada informe se redactaba en una sola hoja Confirmado consumía en promedio medio millar de papel por emisión, sumado a ello el papel carbón el gato en impresoras los siete días de la semana los 365 días del año. A ello se suma el noticiero del mediodía y el programa de la mañana (Confirmado – Primera Edición) que consumía mucho más material pues su duración era mayor.

2.6 Planteamiento de objetivos de producción

Una vez que se identificó el problema, la solución suponía un gran ahorro a nivel presupuestal, de modo que se debían plantear alternativas viables. La primera de ellas fue la digitalización de todo el proceso de redacción mediante un sistema denominado I-News, el cual ya era empleado (o estaba en desarrollo) por otros canales como América TV y Canal N. Dicho sistema consistía en un proceso de ingesta de video, redacción-edición y archivo digitalizado que reducía significativamente sus costos de producción de consumibles. No obstante, requería de una inversión importante, lo cual era inaplicable en nuestra gestión para aquel año. Ante tal impase se trazaron los siguientes tres objetivos:

Objetivo 1.- Reformular el flujo de trabajo y disminuir etapas, de modo que se ahorre en materiales. Para dicho objetivo sería necesario fusionar procesos.

Objetivo 2.- Eliminar la cantidad de libretos requeridos habitualmente debido a su poca incidencia en el desarrollo de los programas.

Objetivo 3.- Solicitar a la Jefatura de Sistemas un flujo de trabajo digitalizado, a fin de que el intercambio de archivos, la redacción y parte de la emisión de créditos se haga en un sistema cerrado de red, sin necesidad de imprimir documentos.

Los tres objetivos se pusieron en marcha. El primero y el segundo optimizaron recursos, eliminando duplicidades y el uso innecesario de material. De esta manera, la gerencia de prensa, cuya función es gestionar el área y no el control directo del contenido, cedió sus libretos a la Dirección de noticieros, que si velaba por el contenido del noticiero día a día. Además, la Producción General, cuya función no está ligada directamente al contenido, cedió su material a Archivo, lo que significó un ahorro considerable.

En paralelo a ello, el área de sistemas estaba en proceso de elaborar una propuesta de transferencia de datos basada en archivos compartidos a través de un servidor FTP, lo que permitía a la vez crear usuarios con atributos, claves y privilegios operativos. Así pues, pudimos crear

nuestro propio sistema de noticias que incluyera estaciones de redacción, edición de textos, creación de pauta, gorros y todo el sistema se podía visualizar desde cada computadora e, incluso, se podía gestionar aprobaciones a cada texto elaborado. Todo ello desde un servidor centralizado que albergó una cantidad importante de datos y con una configuración de respaldo para tener la seguridad de operación. El área de sistemas, en el año 2008, después de conocer el flujo de trabajo, puso en operación este sistema que se denominó Módulo de Prensa.

Asimismo, la Gerencia de Administración y Finanzas (GAF), gracias al ahorro logrado con los dos primeros objetivos cumplidos, nos pudo brindar fondos para la compra de computadoras y dos servidores, junto a un sistema de red interna por ethernet. Además, se instalaron veinte módulos de redacción que mejoraron la infraestructura de trabajo y se dio de baja a las impresoras matriciales, cambiándolas por una impresora multifuncional centralizada en base a polvo de tóner, ahorrando con ello el enorme costo de cintas para impresoras.

En este punto es pertinente preguntarse cómo se midió el éxito de esta reingeniería de producción aplicada. Tal tarea se realizó a través de la evaluación presupuestal del año, en la que se tuvo como resultado un ahorro de casi el 30% del presupuesto original de prensa, dinero que permitió solventar las nuevas producciones solicitadas y proponer el proyecto de relanzamiento del nuevo noticiero Confirmado, así como algunos programas más que, por la coyuntura electoral regional, debíamos implementar (Mesa Central, Agenda Electoral y Perú Descentralizado).

Un proceso de producción colateral que nació como consecuencia de la creación del Módulo de Prensa fue la implementación del sistema FTP. Con ello interconectamos a los corresponsales, quienes – a través del uso de internet – pudieron comenzar a enviarnos material de video y textos a Lima sin hacer uso de los enlaces microondas pagados a la empresa Telefónica, lo cual optimizó aún más nuestro gasto.

2.7 Nueva imagen de Confirmado y lanzamiento de programas

En paralelo a la ejecución de los tres objetivos, la gerencia de prensa nos encargó el proceso de renovación de escenografía e implementación de nuevos programas informativos, con la

finalidad de mejorar la oferta de producción nacional. Esto se debía a que el área de marketing y publicidad del canal era poco empleada por las gestiones anteriores al año 2001, puesto que el Estado financiaba un porcentaje mayoritario de los gastos operativos. En el año mencionado, el señor Eduardo Bruce cambió ello, pues uno de los principales objetivos de parte de su gestión fue que el canal se convirtiera en autogestionario, es decir, que poco a poco fuera generando ingresos propios, de forma tal que la dependencia del tesoro público sea cada día menor.

Por ello, la Gerencia de Prensa, a través de la Producción General, inicia la creación de nuevos espacios noticiosos en tres emisiones, que ahora llevarían el nombre de TV Perú Noticias y tendrían la Primera Edición, Segunda Edición y la Edición Central, bajo el concepto de centro de noticias. Asimismo, se amplió la presencia informativa a los sábados y domingos en la noche, implementando los programas Agenda Electoral y Perú Descentralizado, que estuvieron dedicados al proceso de regionalización y las elecciones municipales. El objetivo de ello fue incrementar la oferta de programas para que el área de marketing pueda ofrecer una pauta amplia y diferenciada de tarifas a sus potenciales clientes, logrando vender auspicios que signifiquen ingresos al canal y mayores posibilidades de canje publicitario para las producciones.

The logo for TV Perú features the letters 'TV' in a bold, red, sans-serif font, followed by the word 'Perú' in a black, serif font. A small red accent is visible above the final 'i' in 'Perú'. The logo is centered on the page and overlaid on a faint, large watermark of the University of Peru's seal.

Haciendo una evaluación de la competencia, tomamos con meta proponer mejoras a cada uno de nuestros informativos en los siguientes aspectos:

1.- Contenido y bloques. - Se tomó como referencia noticieros a nivel nacional e internacional, con la intención de crear segmentos informativos que vayan más allá de las noticias políticas, locales y policiales. Se implementaron también bloques deportivos (regionales e internacionales), para ello se empleó con un área de recepción de señales por microonda, FTP y satélite en la oficina de prensa, pues antes no se contaba con ello.

2.- Puesta en escena. - Se hicieron cambios sobre la anterior escenografía y se mejoró la puesta en escena e iluminación del noticiero. Bajo el concepto de centro de noticias se decidió contar con una escenografía única y multifuncional, utilizada por todas las emisiones del nuevo TV Perú Noticias. Dichos ajustes crearon una mesa central de conducción central para un conductor solo o con pareja, zona de entrevistas, deportes o cualquier segmento que tuviese los informativos o (en un futuro) enlaces en vivo con corresponsales y reporteros. Dicho espacio también se utilizó para algún segmento de cultura y espectáculos.

3.- Ajustes y cambios en pantalla. - En cuanto a lo técnico, se implementaron equipos de estudio más moderno que nos permitiera (a través de los directores de televisión) realizar una propuesta visual más dinámica y atractiva. En tal sentido, se logró pasar de lo inmóvil en Confirmado a una dinámica innovadora en TV Perú, se implementaron dos teleprompter de base en trípode, que permitían movilidad a la cámara. Además, se adquirió un pequeño Jimmy Jib, que brindaba una nueva visión del set implementado recientemente.



Nueva escenografía de TV Perú Noticias – Estudio 1 – Lima - Perú

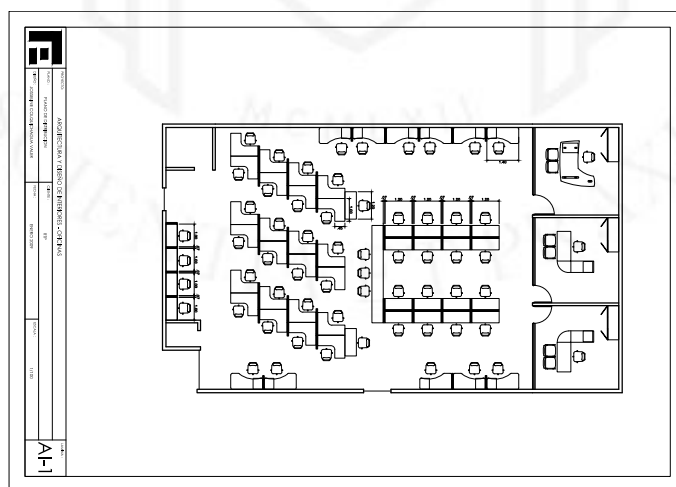
Con estos cambios, un mejor manejo de contenido en edición, una propuesta visual con exteriores, mayor dinamismo en set y cambios aplicados al lenguaje audiovisual, pasamos de vernos como un canal austero con escenografía hecha con material reciclado a convertirnos en un canal para tomarse en cuenta. El noticiero pasó de nulo rating a lograr cifras de 7 u 8 puntos en el

prime time, que para el Canal 7 de esa época significaba un gran avance en sintonía, la misma que (recién a lo largo de esa gestión) comenzó a recibir los estudios de mercado de IBOPE, ya que a lo largo de los años precedentes el rating no era un parámetro de medición para el canal, pues el financiamiento provenía del tesoro público. En esta nueva etapa la exigencia del rating era un parámetro que considerar, pues teníamos auspiciadores y debíamos conservarlos y ampliarlos, para lograr el objetivo planteado por la presidencia ejecutiva de la autogestión.

2.8 Resultados de la gestión frente a la Producción General

Gracias al módulo de gestión de contenidos y la aplicación de tecnología se alcanzó que, a lo largo de cinco años, el área de prensa lograra un crecimiento a nivel de cada uno de los objetivos planteados, tal así que se dejó:

- Una escenografía bajo el concepto de centro de noticias, que era utilizada en todas las ediciones del noticiero.
- Se implementó, con el ahorro logrado en la gestión, una sala de redacción de prensa, en lo que en ese entonces era el estacionamiento de los vehículos y que actualmente alberga la sala de redacción de prensa, los estudios de TV Perú Noticias 7.3 y las oficinas de producción.



Planos nueva distribución de TV Perú Noticias – Sala de Prensa – Lima - Perú

- Se produjeron más programas adscritos a la gerencia, tales como Reportaje al Perú Gustos y Sabores, Etnias, Explorando, Reto en los Andes, Agenda Electoral, Perú Descentralizado y La Semana.

A continuación, es necesario detallar dos procesos coyunturales que también contribuyeron a la modernización del canal. El primero de ello consiste en el uso del estándar ISDB-Tb de transmisión digital, que implicó el inicio de un dialogo constante con el gobierno japonés y en especial con NHK, con quienes se firmó un acuerdo de donación que permitió obtener equipos digitales en este nuevo formato HD. Por su parte, el segundo hecho fue la firma de un convenio con el Gobierno Francés por un aporte económico al canal de doce millones de euros, los cuales se destinaron a financiar el plan de adquisiciones complementario al cambio de norma liderado por Japón. En consecuencia, se puso en marcha un plan de compra que dejó los siguientes resultados:

- Comprar del sistema digital de noticias I-News de la empresa AVID.
- Se adquirió un lote nuevo de cámaras Full HD.
- Se adquirió, en coordinación con la Gerencia Técnica, tres sistemas de transmisión satelital Fly Away, los cuales se ubicaron en la zona norte, centro y sur del país.
- Se brindo capacitación a todo el personal de prensa a través de capacitadores de la empresa AVID en temas de gestión de archivo, edición, redacción.
- Se implementó un sistema de archivo robotizado, el cual es compartido por la gerencia de Prensa y Televisión.

El canal 7, entre el año 2009 y 2011, sufrió un cambio radical a nivel tecnológico. Cada una de las áreas del canal se vieron beneficiadas por esta gestión, lo que significó la construcción de una nueva imagen que TV Perú (Canal 7) brinda a sus televidentes día a día. Yo me siento emocionado, orgulloso y satisfecho de haber sido gestor de este proceso, pues considero que mi formación académica en la universidad ha dejado un legado importante en la televisión nacional de nuestro país.

2.9 De canal 7 al emprendimiento empresarial

En el año 2009, dos años antes de concluir mi labor frente a TV Perú, surgieron nuevos objetivos personales que me permitieron modificar mi vida profesional en el futuro cercano, para ello elaboré un análisis de lo desarrollado hasta ese momento.

Etapa 1: Los logros alcanzados a la fecha a nivel laboral reflejaban un potencial de crecimiento personal de vida en el futuro.

Etapa 2: TV Perú como centro de trabajo, ¿me permitirá seguir creciendo o habíamos llegado a un techo laboral?

Etapa 3: Plantearme nuevas metas personales y laborales para el futuro próximo.

Varios cambios se iban a desarrollar en TV Perú y ello era consecuencia de la realidad política que se avecinaban, ello era también un factor que considerar, pues los cambios de gobierno resultan ser un proceso bastante incómodo. Es así como en el año 2009 al ser convocado por una empresa transnacional de producción, alquiler de equipos y realización audiovisual, que me propuso crear una filial en Perú, se convirtió en una excelente oportunidad esta vez desde el rol de empresario.

Se me ofreció tener una participación societaria del 30%, así como tener a mi cargo la Gerencia General, por lo que debía cumplir con los siguientes objetivos.

Objetivo 1: Implementar una oficina en la ciudad de Lima que tenga una sala de reuniones, dos salas de edición no lineal, un área de oficina con dos ambientes de trabajo y un área de administración.

Objetivo 2: Crear una cartera de clientes que permita cubrir costos operativos y que el año 2010 planifique tener una ganancia de un 20% de lo invertido y que el año 2011 el crecimiento se mantenga en dichos parámetros.

Objetivo 3: Consolidar la marca VMB Perú como una empresa reconocida en la producción audiovisual en Perú.

La empresa ya tenía un desarrollo importante en Madrid-España y deseaba expandir sus horizontes, ya que sus socios eran de origen peruano y deseaban retornar de alguna manera a su país de origen. De esta manera, la empresa nos proporcionó equipo de última generación, el cual consistió en un sistema de switcher digital portátil con tres cadenas de cámaras P2 500, las mismas que brindaban su señal a un grabador final de disco duro, y un sistema de cómputo que permitía transmisiones por internet, con lo cual pudimos iniciar con gran potencia la casa realizadora.

En el año 2009 fundamos VMB Perú, siglas que nacían de su casa matriz en España, Visual Media Broadcast, se realizó un lanzamiento de marca el 12 de febrero del año 2009, convocando a posibles clientes que pudieran requerir nuestros servicios. En la primera oficina, se implementó dos islas de edición MAC - G5, una sala de reuniones de producción, una zona de administración y un almacén de equipos.

Gracias a nuestras gestiones de producción conseguimos que VMB se convirtiera en la primera productora en operar con sistemas digitales de móvil portátil. También, gracias a ello nos permitía instalar el sistema cualquier lugar donde los clientes desearan, haciendo que los eventos pudieran desarrollarse en cualquier instalación elegida.



CCTV Móvil portátil VMB Perú – Evento SUPERA – Lima - Perú

Bajo esta modalidad pudimos atender a clientes como Supera S.A. (empresa dedicada al coaching personal que desarrollaba eventos en casi todos los hoteles de Lima y a nivel nacional),

Telefónica del Perú, que en esos años tuvo eventos relacionados al proyecto BAS – Banda Ancha Satelital – que había contratado con el Estado Peruano. Gracias a la experiencia adquirida en transmisiones por internet vía FTP fuimos la primera empresa en desarrollar circuitos cerrados de televisión con capacidad de transmisión streaming sobre páginas dedicadas o páginas web de cada uno de nuestros clientes.

Luego de los primeros dos años de operación, la empresa VMB Perú comenzó a solicitar más tiempo de dedicación exclusiva. Por ello, en el año 2011 decidí dejar canal 7, no sin antes dejar concluido el proceso de adquisición que había gestionado. De esta manera, el 27 de febrero del 2011, llegó a la puerta del canal el primer container con los equipos provenientes de la adquisición francesa y la donación japonesa, cerrando con ello diez años de una gran experiencia laboral para dedicarle tiempo completo al emprendimiento empresarial.

Uno de los puntos que debíamos potenciar, considerando la mayor disponibilidad de tiempo, era ampliar la cartera de clientes. Para ello era importante entender la idiosincrasia del cliente audiovisual en el Perú. En nuestro país el cliente está acostumbrado siempre regatear o pedir descuento al presupuesto planteado, ya que supone que ello le garantiza un servicio adecuado, pero gastando el menor dinero posible.

Este sistema de comercio fue un tema difícil de explicar al directorio de la empresa, ya que sus miembros trabajan bajo la experiencia de Europa y Asia, donde tienen sus filiales. En estas oficinas, la presentación del costeo es en base a un análisis de justiprecio, por tanto, no existe la posibilidad del regateo y si hay un descuento de la tarifa, se da por ser cliente frecuente o por el concepto de varios servicios en costo paquete. Además, la tarifa de alquiler y los valores de trabajo en Perú son mucho más bajos, ello se debe a la informalidad de nuestro mercado profesional y que no existe una estandarización de costos respecto a las leyes laborales y la consideración a valores adecuados de depreciación o renovación tecnológica. Las empresas productoras en nuestro contexto viven una realidad operativa del día a día, adquieren un equipo e intentan por todos los medios de recuperar lo invertido sin plantearse un plan de renovación o mejora.

En tal situación y luego de la presentación ante el directorio, planteamos un sistema de operar híbrido, en el cual se podía reconocer los siguientes planes operativos:

- El costo de la tarifa se ajustaría a la realidad del mercado nacional, pero se debía considerar costos de depreciación de equipo, que representaría el 3% del costo en cada presupuesto.
- Se consideraría alimentación, traslados y seguros SCTR para todo personal que participaría dentro de lo que significa rodaje.
- Se estableció un porcentaje de ganancia proporcional en base al conocimiento que la administración tenía de cada cliente que se iba a atender en cada servicio, este monto fluctuaría desde 10% al 30%.
- Los costos se expresarían en moneda nacional e incluirían tributos a la venta y la renta, a fin de poder siempre realizar una gestión adecuada con la entidad tributaria del país.

Con estas decisiones claras y la aprobación del directorio la empresa VMB Perú fue creciendo y ofrecía servicios diversificados a diferencia de nuestra casa matriz. En otras palabras, podíamos tomar contratos de publicidad comercial, así como también servicios de grabación de video de fiestas de cierre de año de empresas, comunicación interna, bodas, aniversarios, fotografía, entre otros servicios. Además, manteníamos los alquileres de equipos, aunque para lograr ello con un mayor mercado, decidí adquirir equipos que podían ser alquilados a un menor costo diario. De esta manera, la empresa adquirió cámaras DSLR marca Canon modelo 5D versión III y IV. Se contaba con ópticas Carl Zeiss de gran calidad, pero también se adquirió ópticas coreanas Rokinon a un costo menor de alquiler. Asimismo, se contaba con una cámara de cine digital Sony F65 totalmente equipada y con ópticas Cook, pero también se contaba con cámaras de video 4K Panasonic AG-UX180, de gran versatilidad y menos costo de alquiler.

En un primer momento, se podría decir que la propia empresa se hacía competencia, pero en realidad, gracias al conocimiento del mercado nacional adquirido a lo largo de todos esos años, nos permitía tener una oferta de flexible y se le brindaba al cliente el equipo que estaba en posibilidades de costear, haciendo que nuestros presupuestos se manejen con mayor facilidad.

El año 2012 se diversificó aún más la oferta operativa y nuestros socios abrieron la empresa Video&Sound Solution, que estaba encargada de la venta de equipos nuevos y de segunda mano. Esto implicó una mayor dedicación, pero no llegamos a un acuerdo dentro de lo que significó inicialmente porcentajes de propiedad. Ello motivó que, de manera individual, comience a pensar en implementar una empresa personal, que dedicaría a realización de video más institucional y comunicación interna. Es así como nace Realizaciones y Producciones Prisma EIRL, un

emprendimiento personal, con equipos y cartera de clientes distintos a los de VMB Perú, Prisma es una empresa no dedicada a lo televisivo y publicitario, sino más bien está vinculada a la comunicación interna, capacitación de voceros, media training, creación de material audiovisuales para redes o plataformas de circuito cerrado de tv, así como activaciones, lanzamientos de marcas, fiestas de fin de año, entre otros servicios.

Prisma actualmente cuenta con una interesante gama de clientes que nos ha permitido potenciarla y hacerla crecer a lo largo de estos años.



Realización audiovisual – equipo y personal de Prisma – Lima – Perú

Actualmente, ya no estoy al frente de la empresa VMB debido a que Prisma comenzó a tener un crecimiento interesante y, de la misma forma que en la experiencia previa a VMB con el canal 7, Prisma requería de mayor atención y tiempo de dedicación. Es por lo que llegamos a un buen acuerdo con el directorio de VMB y concluimos nuestra relación laboral y societaria.

2.10. Retorno a la docencia

Si bien el haber implementado la nueva empresa requirió tiempo y dedicación, aún existía en mi mucho interés por seguir creciendo a nivel intelectual y actualizarme permanentemente, sobre todo considerando que la profesión exige permanentes cambios tecnológicos. Bajo esta premisa decido retomar la docencia, pues considero que el mundo académico es un ambiente en permanente cambio y actualización, ambiente fundamental para la labor docente, puesto que – en

este contexto – tiene a su cargo la formación de profesionales que requieren contar con lo más moderno en cuanto a narrativa, plataformas de trabajo, medios de emisión y tecnología en general.

Esta oportunidad se dio inicialmente en la Escuela Toulouse Lautrec, la misma que me dio la primera oportunidad académica, pero que ahora había crecido exponencialmente y cuenta con tres sedes en Lima y está en franca expansión. Por mi experiencia laboral en televisión, me ofrecieron de manera inicial el curso Taller de Realización Televisiva, una cátedra que me permitió volcar todo lo aprendido y tratar de hacer un curso que aborde lo teórico de la narrativa de televisión y lo práctico de la operatividad de un set de tv.

Esta nueva etapa académica se inició el año 2011 y con el paso de los ciclos se me fueron presentando más oportunidades de cátedra, comenzando a manejar los talleres de Realización Audiovisual, Ficción, Técnica Audiovisual y Documental. Cada uno significó un reto académico importante.

Es en este punto surge la necesidad de seguir creciendo en lo que significa docencia y me planteo objetivos de capacitación:

- Capacitación a través de los módulos Up Grade que ofrece Toulouse Lautrec a sus docentes, los cuales consisten en cursos de metodología educativa, diseño académico y proceso creativo.

Concluida esta primera etapa de capacitación y considerando que la escuela Toulouse había comenzado su proceso de licenciamiento ante el Ministerio de Educación, se hacía imprescindible que todos los profesores contáramos con un título de maestría, evaluando esta necesidad y entendiendo el proceso profesional que se podía abrir en esta nueva etapa laboral tomé la decisión de seguir la maestría en Gestión y Docencia Universitaria, materia profesional que se complementa con mi carrera inicial de comunicaciones y amplía de manera exponencial mis horizontes en lo que se refiere a docencia y educación universitaria, actualmente me desempeño como docente en la Universidad Privada del Norte y tengo a mi cargo los cursos de Taller de Investigación Periodística y Taller de Fotografía Informativa.

La experiencia en docencia está lejos de concluir, es más, debo comentar que es un proceso que recién ha comenzado y ha sido el motor para desarrollar este trabajo de licenciamiento,

concluyendo así esta hermosa etapa universitaria y sobre todo agradecido de lo aprendido en mi alma mater, que me permitió expandir mis horizontes académicos y laborales.



3. REFLEXIONES PROFESIONALES

3.1 El Aprendizaje y la practica

No es novedad para cualquier profesional de alguna rama laboral que el aprendizaje sólo cesa cuando dejamos este mundo, sin embargo, es muy importante decir que la elección de una buena base académica permite al profesional desempeñarse en la práctica de forma adecuada y con perspectivas de crecimiento. Eso fue lo que la Facultad de Comunicaciones hizo conmigo, me brindo la posibilidad de contar con herramientas que me permitieron enfrentar los procesos de producción que se presentaron con calidad innovadora y desempeño de conocimiento adecuado, pues me inculcaron pensamiento creativo constante y esto marcó la diferencia entre un profesional teórico y un profesional integral de comunicaciones egresado de la universidad.

Actualmente egresan en todas las universidades, según el INEI, en promedio 10,564 jóvenes por año, cuyas edades fluctúa entre 21 y 30 años. De esta población, sólo el 4.3% que pertenece a la carrera de comunicaciones se encuentra ocupado laboralmente y desempeñándose en actividades relacionadas al medio. Si bien se debe considerar que el mercado, por efectos de la pandemia, se ha retraído, ¿cómo es que estos jóvenes consiguieron ubicarse en un puesto de acuerdo con sus expectativas? De forma inicial me permito considerar que es un acierto académico tener en cuenta lo que nos ofrece la Universidad de Lima, que es la capacidad de “pensar soluciones no aplicadas antes”, Puede sonar retórico, sin embargo, aplicar lo aprendido en la universidad y “pensar fuera de la caja” se convierte en un conocimiento procedimental creativo de extraordinario valor.

Cada docente en la universidad aplica como parte del desarrollo de la carrera de comunicaciones el pensamiento creativo. Ese es el caso de mi desarrollo profesional, la aplicación de este proceso en cada actividad requería el desarrollo de estas etapas, puesto que estaban totalmente alineadas con lo que nos había brindado nuestra alma mater.

3.2 Aplicando creatividad y tecnología

En la experiencia que narré en el capítulo precedente, se identifica claramente este proceso, ya que al plantear los objetivos que llevaron a la mejora del flujo de trabajo, el cambio de infraestructura, el empoderamiento y capacitación del personal se requirió aplicar este método, el cual puedo identificar en cuatro etapas.

3.2.1.- Investigación: Proceso mediante el cual identificamos información del problema y obtenemos datos que nos permiten analizar y proponer posibles soluciones de producción.

3.2.2.- Propuesta creativa: Bajo la consideración de lo logrado en el proceso de investigación, se proponen soluciones creativas al problema y esta propuesta se valida a través de su operatividad y prototipado.

3.2.3.- Prototipado: Es la propuesta hecha realidad a través de una prueba en marcha blanca que nos permite considerar ajustes, modificaciones o descarte del plan de producción presentado de forma inicial.

3.2.4.- Transferencia: Esta etapa, en algunas teorías, se conoce como retroalimentación, pero para efectos de eficiencia debemos denominarla transferencia, ya que implica más que solo datos recogidos del usuario. Es un intercambio de conclusiones que luego transfiere mejoras al prototipo y la aplicación de ellas logra una nueva propuesta creativa mejorada, que vuelve a ser probada.

En el canal 7 aplicamos cada una de estas etapas en el proceso de mejora del área de prensa. Se levantó información de cada uno de los procesos de producción, se entendió el contexto presupuestal y la realidad laboral del personal del área, las condiciones de la infraestructura de producción y se analizó la puesta en escena de cada programa. Asimismo, se evaluó la aplicación de cada uno de los requerimientos hechos por la Gerencia de Prensa y la Alta Dirección a nuestra área de producción. Con esta información pudimos implementar un sistema operativo en línea creado por nosotros y que denominamos Módulo de Prensa, el cual redujo en un 50% el gasto operativo en el ítem de consumibles del área lo que brindó la disposición de fondos para financiar las mejoras. Además, este sistema permitió el enlace y la modernización del área de provincias, que generó el crecimiento de la cobertura a nivel nacional. Por otro lado, con la aplicación del

formato FTP de transferencias de archivo, el área no se quedó en esta posición por mucho tiempo ya que en la etapa de transferencia pudimos identificar que el sistema creado era útil, pero ante los nuevos requerimientos de producción tenía limitaciones. Esto evidencia claramente que nuestra gestión requería del proceso estudiado en la universidad y que nos permitió crear soluciones nuevas para el área de prensa de Canal 7.

Dos procesos coyunturales que colaboraron en la mejora del canal del Estado fueron el motivo perfecto para aplicar los conocimientos de producción alcanzados en la universidad, buscando obtener el máximo provecho de la nueva donación del gobierno de Japón, la cual estaba vinculada al plan maestro de implementación de la Televisión Digital Terrestre, que utilizaría la norma japonesa- brasileña y que, por ende, traería como consecuencia un incentivo en la adquisición de equipos de transmisión y recepción de esa categoría técnica. El segundo fue la donación del Gobierno Francés de doce millones de euros para el canal 7, los cuales debían ser utilizados en la mejora de la infraestructura técnica y de transmisión del canal, con esta inversión se adquirieron los equipos complementarios al nuevo sistema de transmisión implementado por Japón. Ambos procesos significaron la implementación del nuevo sistema de noticias I-News para el área de prensa, así como la construcción de la sala de redacción, los estudios de TV Perú Noticias y TV Perú Internacional.

Lo más resaltante de este proceso fue todo lo que significó tal implementación, ya que no sólo era la instalación de nuevas computadoras de redacción, sistemas digitales de edición, implementación de servidores centrales de producción de noticias en tiempo real, así como el sistema de archivo digital y robotizado, sino también lo que significó la capacitación de todo el personal de prensa involucrado en este enorme y trascendental cambio.

Soy consciente que, de no haber sido estudiante de la universidad, hubiese sido bastante difícil enfrentar tremenda encomienda. La capacitación que luego devino en experiencia profesional y sobre todo en una red de contactos adecuada para mi desarrollo profesional, permitieron desarrollar el proceso con éxito, que se cerró el 28 de febrero del año 2011 con la llegada de los equipos adquiridos por la donación francesa y de Japón.

3.3 Nuevos vientos en comunicaciones

La carrera de comunicaciones tiene una vertiginosa movilidad, pues depende directamente de la tecnología y cada uno de sus avances obliga a capacitación y actualización constante. A lo largo de los capítulos presentados he podido dar evidencia que mi nacimiento profesional estuvo ligado estrechamente a la aparición del internet, la tecnología digital, la creación de nuevos medios de comunicación y la transformación de un espectador antes inerte en un espectador digitalizado y convertido en prosumidor. Estos nuevos vientos han traído como consecuencia que el profesional que ahora requiere el mercado a nivel de comunicaciones se transforme también en alguien más tecnológico y narrativamente modernizado, ello me ha ocurrido a lo largo de estas tres décadas.

Mi experiencia como docente me ha permitido evaluar el perfil de egreso propuesto en mi época de estudiante y compararlo con el actual perfil de egreso, que de forma evidente se ha expresado en la modificación de mallas curriculares, logrando un profesional con mucha mayor opción de especialidad. En el año 1992 que egresé sólo había cuatro especialidades, las mismas que eran suficientes para poder satisfacer el mercado laboral. Estas se dividían en medios audiovisuales, comunicación organizacional, periodismo y publicidad. Hoy, a la luz del avance de las comunicaciones, se necesitan muchas más, pues se ha creado nuevos soportes de comunicación, que obligan a pensar en profesionales vinculados a redes sociales, comunicación transmedia o crossmedia, procesos de comunicación interactiva, transferencia de datos en internet, procesos de comunicación inmersiva, así como la transformación de los medios de comunicación clásicos, que ahora requieren de expertos en tecnología digital que propongan cambios narrativos con la finalidad de modernizarlos.

Bajo esta perspectiva y considerando el crecimiento tecnológico actual podría proponer al Canal 7 que, si bien es un canal moderno tecnológicamente y que actualmente diversifica su contenido a través de plataformas como las web en internet, redes sociales o canales de divulgación como el YouTube, tal vez el siguiente paso sería cambiar el sistema de I-News adquirido en mi gestión y pasar a un sistema más moderno de manejo de contenido, que pueda (desde un mismo servidor) proveer material a las distintas plataformas en las que difunde contenido, sin requerir transformación, como actualmente se hace, sino que desde la misma concepción del material en el programa en vivo y en tiempo real, se gestione para que todas las redes se carguen de información en tiempo real. En consecuencia, el sistema que propondría sería

el Dalet Galaxy, que es una plataforma técnica integradora de contenido, que captura material, edita, transforma y administra en simultáneo todas las redes sobre las cuales se desea trabajar, desde la emisión en vivo, enlazada a cada control de estudio, pasando por la sala de redacción que se subdivide por contenidos en cada plataforma y permite un control de calidad en tiempo real y en cada red publicada o canal digital.

Este sistema pondría a cualquier canal en el verdadero siglo XXI en lo que respecta al manejo de contenido digital. Actualmente ya está implementado en varias cadenas internacionales y pronto se instalará en Latina Televisión. El manejo que Canal 7 podría hacer con el sistema Dalet Galaxy sería espectacular, pues desde cualquier parte del Perú se podría gestionar contenido, haciendo que la tan buscada descentralización se realice de forma real, ya que la publicación no dependería de Lima, sino que se podría hacer desde cualquier parte del mundo y se podría uniformizar en calidad, formato y estilo periodístico.

3.4 El comunicador del siglo 21

Decir con precisión cómo podría ser el perfil de egreso de un comunicador del siglo XXI sería un atrevimiento desmedido, pero sí podría permitirme esbozar algunas necesidades que actualmente el mercado tiene con respecto al profesional que busca. Esto lo puedo hacer desde algunos frentes que propongo y que son parte de mi experiencia profesional. Primero desde la visión del profesional de comunicaciones, luego desde la visión del docente y también desde la visión del empresario, que actualmente gestiona personal relacionado a las comunicaciones.

3.4.1.- Desde la visión empresario: Una de las condiciones más exigentes que toda empresa tiene para poder evaluar y escoger a un profesional capacitado es que dicha selección contribuya a la formación del equipo de trabajo, sea desde la experiencia hasta el manejo de las habilidades blandas.

Estas cualidades intrínsecas al ser humano y que son la formación estructural de la personalidad son consideraciones que hasta hace unos años sólo eran parte de una esperanzadora buena educación en casa, no siempre eficiente. Actualmente su importancia es mayor y debe ser parte de la superación personal intrínseca a la capacitación profesional que te brinda la universidad; por tanto, es un esfuerzo personal y académico, ya que debe tener un valor considerable en los procesos de evaluación.

Toda empresa de comunicaciones desea que sus trabajadores sean probos, intachables, responsables, puntuales, trabajen bajo presión, sean cordiales y muy comprometidos, más aún cuando el desempeño laboral implica relaciones personales con clientes, personal de producción y artístico. En la actualidad las bases de estos saberes vienen de casa, pero si no están plenamente logrados, la universidad debe convertirse en parte de este ajuste personal, con la finalidad de eliminar condicionamientos socioculturales, siendo uno de los más comunes el miedo al fracaso.

Eliminando este miedo al fracaso se podrá pensar en la creación de un profesional de éxito en comunicaciones. Para ello existen dos pilares fundamentales: actitud más la aptitud, la suma de estas dos estructuras fundamentales da como resultado altitud. Aunque parece un juego de palabras, debe ser entendida como un crecimiento profesional en las aulas, ya que crecer en lo personal y capacitarse profesionalmente reforzará las habilidades blandas, creando un potencial de éxito integral.

La experiencia en comunicaciones me ha enseñado que el éxito está asegurado si se cumple ciertos lineamientos básicos: Nunca excusarse, tener actitud resolutiva, tomar siempre acción, hacer todo de forma honesta y sobre todo tener confianza en las actitudes positivas de la capacidad profesional. Los empleadores buscamos a personas positivas, formadas profesionalmente, pero sobre todo a los que resuelven problemas de forma creativa.

3.4.2.- Desde la visión del docente: El comunicador en las aulas es intrépido, aunque todavía no lo sabe, es creativo pese al temor de admitirlo, es avanzado tecnológicamente hablando, pero no valora ese potencial. El docente, por su parte, está llamado a hacer del estudiante un diamante profesional, por lo que primero recibe un carbón que debe pulir.

El estudiante debe colaborar en su formación, pero ¿cómo? En primer lugar, preguntando siempre, creando diálogo socrático permanente, buscando ampliar su conocimiento, no para probar al profesor, sino más bien con la intención de sacar el máximo provecho a la experiencia que él tiene. El docente es un ser humano y requiere motivación de su interlocutor, el cual está ávido de conocimiento, ello hará que el docente exija su máxima capacidad profesional, pero si el estudiante

sólo escucha y no interactúa con el docente, éste dejará de proponer temas y se limitará a cumplir con el sílabo.

Bajo ese marco los estudiantes están llamados a intervenir, discrepar, discernir, cuestionar, comparar permanentemente los datos brindados en clase, buscando que en cada exposición teórica, respuestas a preguntas, anécdotas o práctica desarrollada haya un buen entorno de aprendizaje que favorezca al logro del afianzamiento del mismo, ya que el docente en el aula desarrollará un aprendizaje activo, basado en el trabajo colaborativo y que tendrá a los estudiantes como centro, haciéndolo participe de su propia creación profesional.

3.4.3.- Como comunicador: A lo largo de estas líneas el comunicador siempre ha estado presente, ya que el desarrollo profesional está intrínseco en el pensamiento que traslado en este documento. En consecuencia, la capacidad de discernir, analizar, inferir y proponer es parte del perfil profesional del comunicador social. El experto de esta rama frente al siglo XXI es un profesional que ya no puede elaborar su desarrollo profesional desde la perspectiva de tres medios, como antiguamente era, sino que debe poder considerar la ejecución de su profesión desde la perspectiva de un gestor de nuevo contenido que demuestra su creatividad a través de cualquier plataforma digital que le permita difusión.

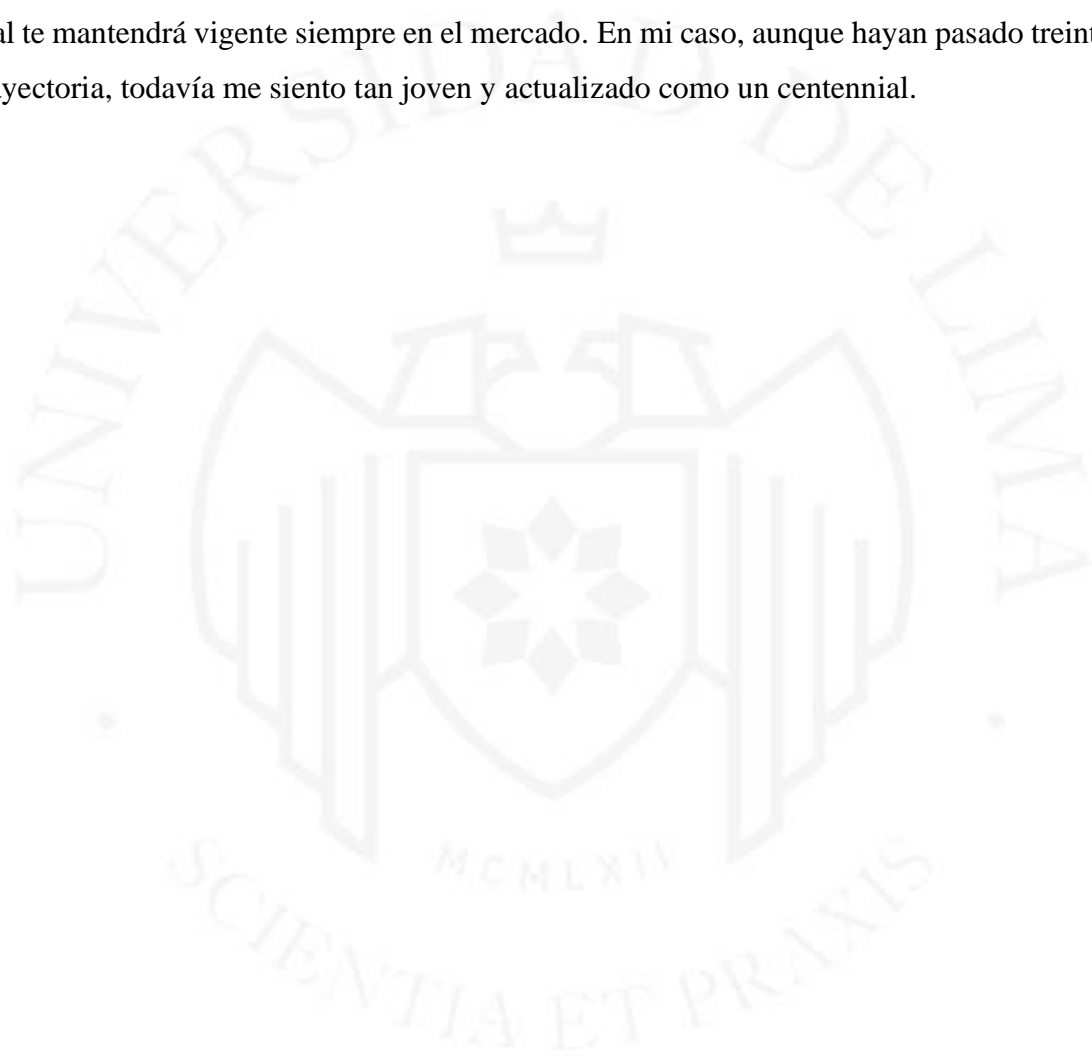
Bajo esta perspectiva, el profesional de las comunicaciones no debe sentirse limitado ni temeroso de poder alcanzar su sueño de comunicar. Lo que debe tomar como columna vertebral es su formación en valores, capacidad moral y ética que serán sus únicos límites para poder desarrollar la difusión de su pensamiento. El límite en esta nueva vida comunicacional no existe, lo ponemos nosotros mismos, con valores y buena producción.

En conclusión, desde las tres perspectivas presentadas se produce la misma cantidad de recomendaciones al estudiante y futuro egresado de la facultad:

1.- Persevera, sé honesto, trabaja en equipo, se responsable y nunca te des por vencido. Haz uso de tus habilidades blandas, que son el cimiento de tus actitudes y la estructura de tu personalidad.

2.- El éxito académico tiene su base en el dialogo constantes, por lo que debes aprovechar el marco teórico para obtener el máximo beneficio posible de la experiencia de tus docentes.

3.- Sé un adelantado tecnológico, pues estar siempre en acción te permitirá innovación constante, lo cual te mantendrá vigente siempre en el mercado. En mi caso, aunque hayan pasado treinta años de trayectoria, todavía me siento tan joven y actualizado como un centennial.





ANEXOS

ANEXO 1: Documentos de trabajo en TV Perú

INFORME

A: SR. JUAN CARLOS VICENTE
Gerente de Prensa

DE: SR. YURI GARRIDO B.
Productor General de Prensa

ASUNTO: DESARROLLO LABORAL EN LA EMPRESA

FECHA: 29 DE NOVIEMBRE DEL 2002.

Por medio del presente debo informarle que desde mi ingreso al canal y a lo largo que he desempeñado mi labor como jefe de Edición del área de Prensa y como Productor de la misma, se me encargó:

1.-Reestructurar los horarios del personal a mi cargo a fin de optimizar las horas hombre y poder ampliar las posibilidades de producción de mi jefatura.

2.- Asigné labores específicas a cada editor, con la finalidad de encargarle labores de acuerdo con su calidad y velocidad en el trabajo, cuyo objetivo final es poder ejecutar cada nota periodística, con la mayor calidad, en el menor tiempo posible y lograr así producir el noticiero Confirmado edición central en el menor tiempo posible logrando entregar las ediciones a las 7:45 p.m.

3.-Reasigné funciones del personal a mi cargo ante la aparición del noticiero Confirmado Segunda edición, conformando nuevos equipos de trabajo, a fin de poder, con el mismo personal cumplir con la misma calidad periodística la emisión de éste nuevo programa.

4.-Organicé la ejecución de informes especiales por encargo de la Gerencia de Prensa y la Subdirección del noticiero, a fin de poder brindar a el noticiero Confirmado Primera Edición notas periodísticas de mayor duración y de un trabajo más detallado, tanto en lo periodístico como audio visual.

5.- Por encargo de la Gerencia de Prensa, se tomó el encargo de mejorar la capacidad técnica de los equipos de edición, conocedor del serio problema presupuestal que se atravesaba, se coordinó con la Gerencia Técnica el mantenimiento y de las Islas de edición lineal y no lineal, así como el cambio total de las cintas de trabajo de cámara y edición mejorando en un alto porcentaje la calidad de imagen en pantalla.

6.- Delegué labores concretas a las coordinadoras de edición a fin de que cada una de las situaciones ordinarias que no requieran autorización de esta Jefatura o la Gerencia de ser el caso sea resuelto a la brevedad y con la inmediatez que el noticiero lo requería. Como por ejemplo un formato de coordinación a fin de clasificar el material entregado por los equipos de calle y su proceso de edición, el relevo entre cada coordinación se realiza a través de este documento a fin de poder saber que se ha cubierto o se deja para ser editado en la madrugada.

7.- Se creó dos turnos adicionales, los días sábados y domingos por la mañana a fin de poder realiza los especiales de la Comisión de la Verdad, las ediciones del Programa Mesa de Debate, actualmente las ediciones del programa Perú Descentralizado y las actividades gubernamentales que se emiten en avances informativos los días Sábados o Domingos, de acuerdo a lo solicitado por la presidencia del Directorio o la Gerencia de Prensa.

8.- Al estar próximas las elecciones municipales y por encargo de la Gerencia de Prensa, me hice cargo de la producción de los programas Agenda Electoral y de reestructuración del programa Perú Descentralizado, por ende se reformuló sin costo alguno la escenografía de éste programa y al mismo tiempo se estableció un cronograma de viajes para cumplir con el objetivo principal de Perú descentralizado que era hacer el programa fuera de Lima invitando a más de 80 candidatos regionales y en Agenda Electoral una cantidad similar de candidatos distritales y provinciales.

9.- Por encargo de la Gerencia de Prensa y la Presidencia del Directorio se me encargó la producción regional del programa electoral, así como la producción general del mismo, al mismo tiempo colaboré en la confección de la escenografía del programa Elecciones 2002 Perú Descentralizado.

10.- Se consiguió junto con mis coordinadores de producción minimizar los costos de producción en cada una de las regiones desde donde se emitió el programa Elecciones 2002 Perú Descentralizado, coordinando los canjes necesarios para efectuar esta transmisión.

11.- Siempre al frente de la Producción de Perú Descentralizado, se inició una nueva temporada post electoral que permitió modificar la escenografía y el tratamiento periodístico del programa, teniendo a los presidentes regionales electos, ver la potencialidad de cada región y sus posibilidades de desarrollo humano a través de informes especialmente confeccionados en cada departamento, no hemos planteado como objetivo trasladar una vez por mes el programa fuera de Lima a fin de seguir cumpliendo el objetivo de descentralización.

12.- Junto con la gerencia de prensa se confeccionaron 9 proyectos periodísticos, televisivos y culturales, para la nueva temporada 2003; estando actualmente en la preproducción de tres de ellos **Facetas**, programa de corte periodístico y que permite ampliar las noticias de la semana a través de informes especiales; **Nosotros**, programas de etnias que nos permite conocer desde un punto de vista antropológico cada comunidad visitada por nuestro reportero y apoyados por un investigador que ha estudiado dicha etnia logrando entregar al público la enorme historia de vida que tiene cada una de estas comunidades, brindándoles una visión atractiva, cultural y antropológica y un **programa de investigación periodística**.

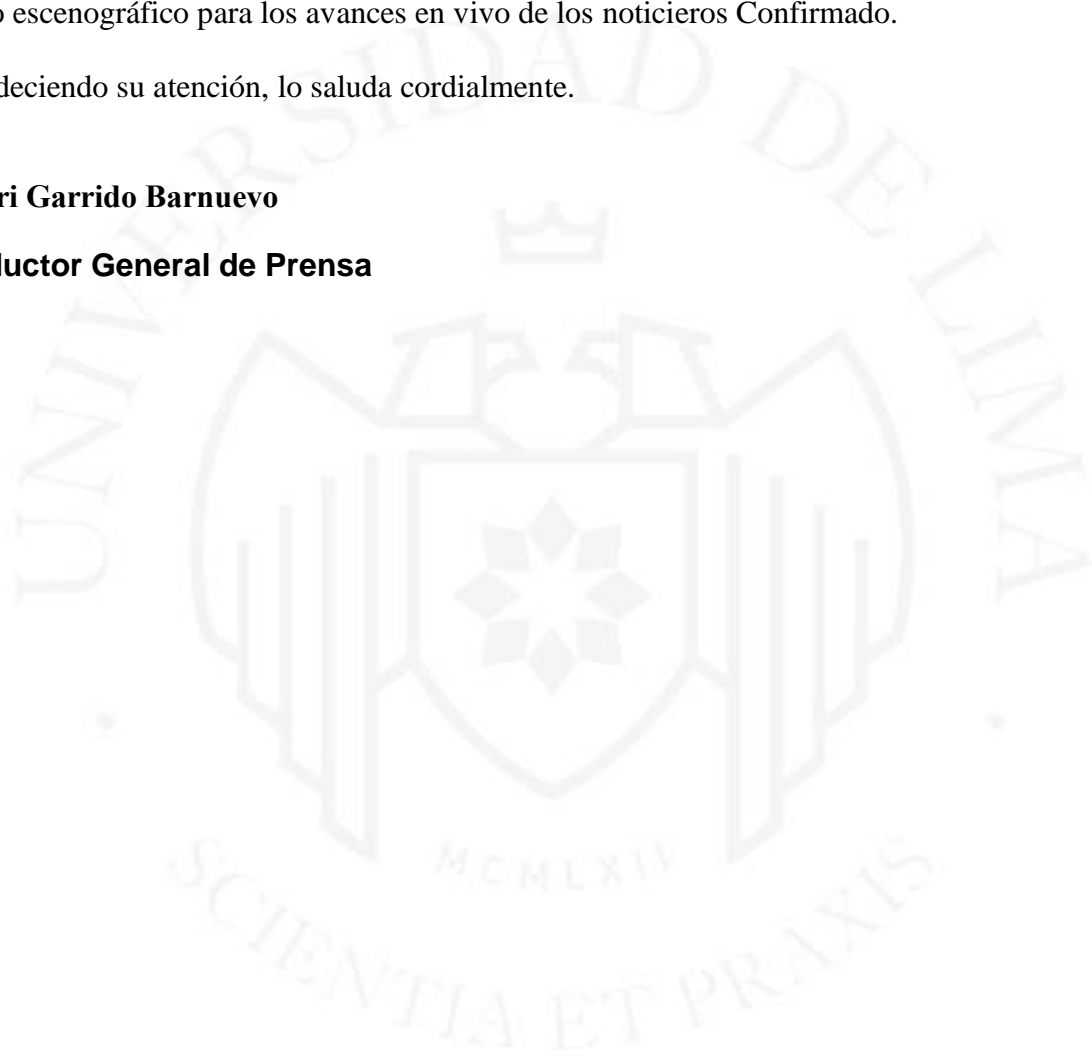
13.- Se ha terminado el cambio de la escenografía virtual del Noticiero Confirmado Edición Central, quedando por ultimar los detalles de la presentación, titulares y cuña de avances, que a la fecha están en confección.

14.- se coordinó con la Gerencia de Prensa la modificación de los ambientes de edición para los primeros meses del 2003 a fin de optimizar ese espacio y crear una ambiente agradable de trabajo, además la sala de redacción se modificaría con el objetivo de poder utilizar dicho ambiente como fondo escenográfico para los avances en vivo de los noticieros Confirmado.

Agradeciendo su atención, lo saluda cordialmente.

Yuri Garrido Barnuevo

Productor General de Prensa



ANEXO 2: Módulo de Prensa TV Perú

MÓDULO DE GESTIÓN DE NOTICIAS REFERENCIA RÁPIDA

Versión 1.

Historial de Revisión

Fecha	Versión	Descripción	Autor
08/08/2008	1.0	Elaboración inicial	Ricardo Martín Bautista Julca

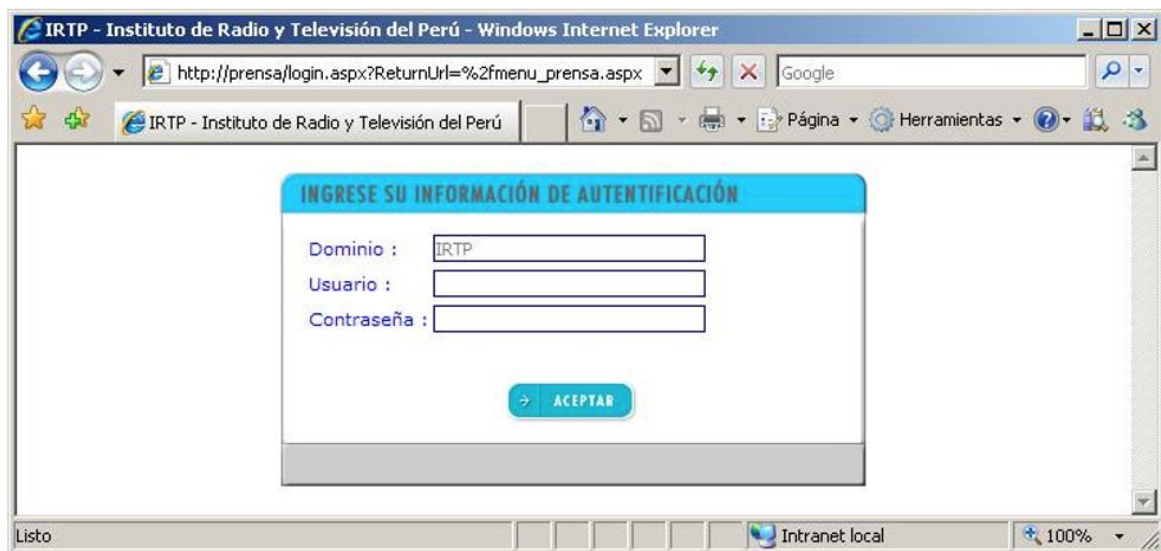
ÍNDICE

1.	ACCESO AL MÓDULO	4
2.	MENÚ PRINCIPAL	5
3.	CUADRO DE COMISIONES	6
4.	NUEVO INFORME	7
5.	HISTORIAL DE INFORMES	8
6.	GESTIÓN DE GORROS	9
7.	AGREGAR GORRO A UN INFORME	10
8.	CREAR GORRO SIN INFORME PREVIO	11
9.	PANEL DE ADMINISTRACIÓN	12
10.	AGREGAR INFORME DEL HISTORIAL	13
11.	GENERAR PAUTA	14
12.	TITULARES	15
13.	LISTADO DE GORROS	16

1. ACCESO AL MÓDULO

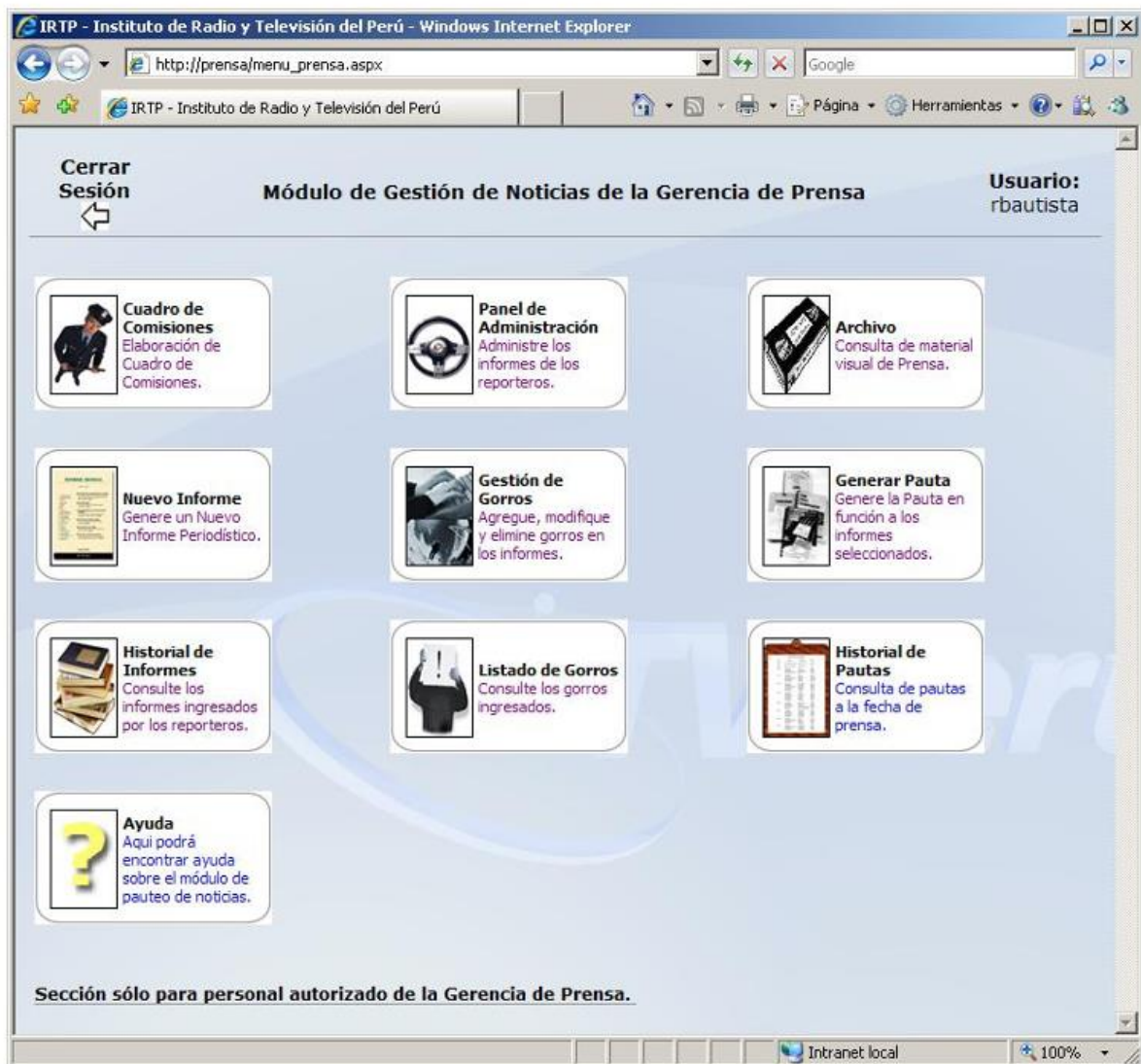
Para tener acceso al módulo, en un navegador de Internet escriba: [prensa](#)

En la ventana que aparece, escriba el nombre de usuario y la clave que le fueron proporcionados, presionando el botón **Aceptar**.



The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window. The title bar reads "I RTP - Instituto de Radio y Televisión del Perú - Windows Internet Explorer". The address bar contains the URL "http://prensa/login.aspx?ReturnUrl=%2fmenu_prensa.aspx". The search bar contains "Google". The browser's toolbar includes buttons for back, forward, home, and search, along with a menu for "Herramientas" (Tools). The main content area displays a login form with a blue header that says "INGRESE SU INFORMACIÓN DE AUTENTIFICACIÓN". The form has three input fields: "Dominio :" with the value "I RTP", "Usuario :", and "Contraseña :". Below the fields is a blue button labeled "ACEPTAR" with a right-pointing arrow. The status bar at the bottom shows "Listo", "Intranet local", and "100%".

2. MENÚ PRINCIPAL



A través del menú principal del módulo, es posible trabajar con las diversas entidades que cubren el flujo de trabajo del área de Prensa:

- **Comisiones:** Cuadro de Comisiones.
- **Informes:** Nuevo Informe, Historial de Informes.
- **Gorros:** Gestión de Gorros, Listado de Gorros.
- **Pautas:** Panel de Administración, Generar Pauta, Historial de Pautas.

3. CUADRO DE COMISIONES

The screenshot shows the 'Pre-Comisión de Prensa' interface. It includes a form with fields for 'Título', 'Lugar', 'Hora', 'Fecha', 'Sección', 'Fuente', 'Descripción', and 'Tipo de Transmisión'. Below the form are filter options for 'Tipo', 'Sección', 'Tipo Transmisión', 'Reportero', 'Desde', and 'Hasta'. A table displays the following data:

Fecha	Hora	Sección	Título	Tipo Transmisión	Comisión	Reportero	Informes	Estado
09/08/2008	08:00	POLÍTICA	ley general	VIVO	Cambiar	WONG ARICA, ROBERTO	0	PROGRAMADO
09/08/2008	10:00	POLÍTICA	aumento de sueldo	VIVO	Crear			
10/08/2008	12:00	POLÍTICA	Investigación	DIFERIDO	Crear			

Con el **Cuadro de Comisiones** es posible realizar las siguientes labores (según el rol asignado al usuario):

- Consultar las comisiones registradas en el módulo, por rango de fechas, tipo (pre-cuadro o cuadro), sección, tipo de transmisión y reportero.
- Elaborar el **pre-cuadro de comisiones**, registrando las actividades que serán cubiertas por los equipos de prensa (pre-comisiones).
- Elaborar el **cuadro de comisiones**, asignando equipos de prensa (reporteros, camarógrafos y asistentes) a las actividades previamente registradas.
- Cambiar el estado de una comisión, indicando que la misma ya ha finalizado.

4. NUEVO INFORME

The screenshot shows a web browser window titled "IRTP - Instituto de Radio y Televisión del Perú - Windows Internet Explorer". The address bar shows "http://prensa/informereporteros.aspx". The page content is titled "Generar Nuevo Informe" and includes a "Menú Principal" link. There are two radio buttons: "Reemplazar Informe" (unselected) and "Nuevo Informe" (selected). The form fields are as follows:

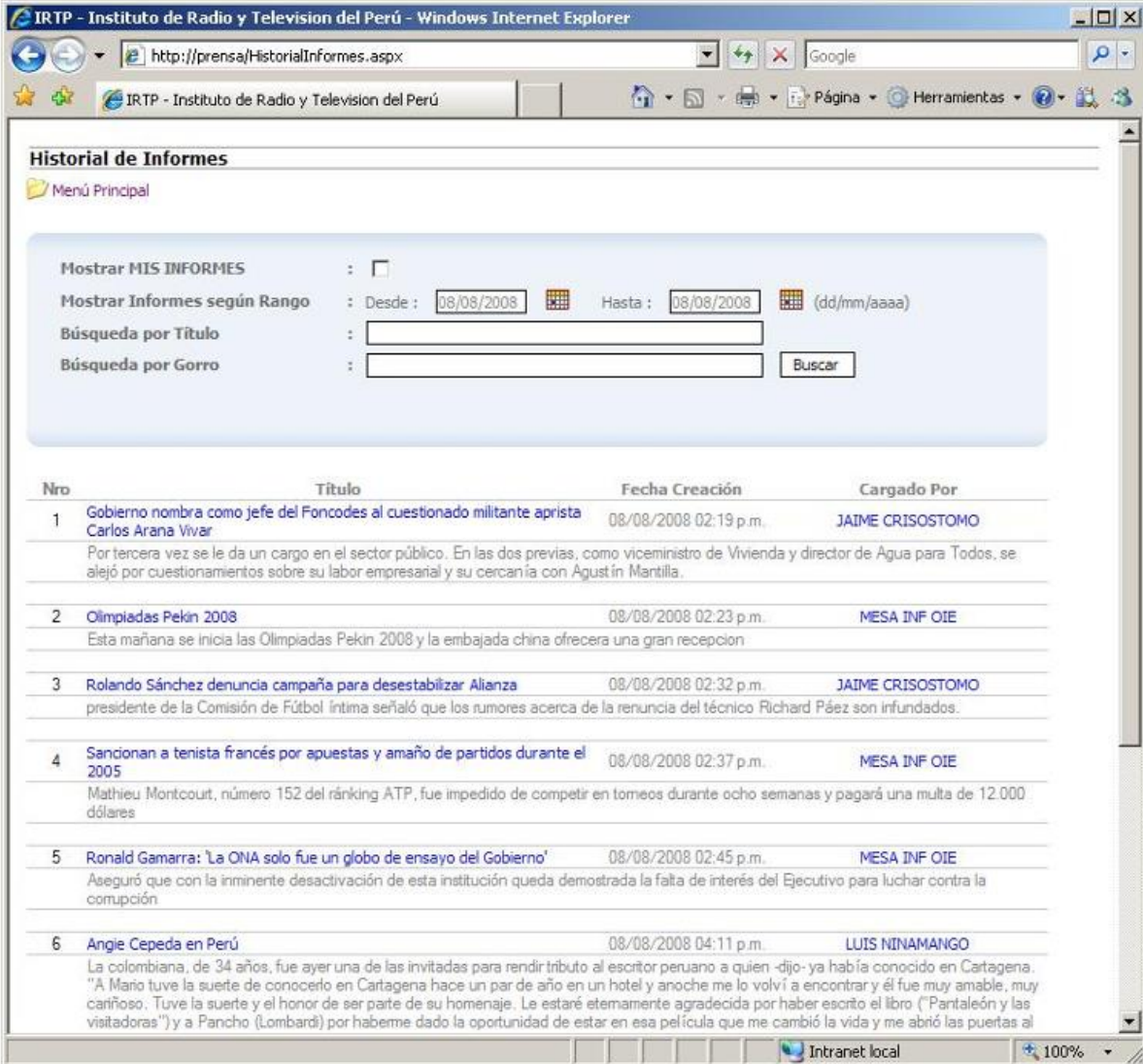
- Título : [Empty text box]
- Fecha y Hora : 08/08/2008 08:29 p.m.
- Comisión : [Empty text box] Sin Comisión
- Medio : KSET (dropdown menu)
- Nro : [Empty text box]
- Camarógrafo : [Empty text box]
- Producción : [Empty dropdown menu]
- Gorro : [Empty text box]
- VIDEO O DECLARACIONES : [Empty text box]
- LOCUCIÓN : [Empty text box]

At the bottom of the form, there is a "Nuevo ítem" button, a "Salir" button, and an "Enviar" button. The status bar at the bottom shows "Listo" and "Intranet local".

Con la interfaz **Generar Nuevo Informe** es posible cargar un nuevo informe periodístico en el módulo, ingresando los datos correspondientes en los siguientes campos:

- **Obligatorios:** Título, Comisión, Gorro, Producción.
- **Opcionales:** Medio, Nro, Video o Declaraciones, Locución.

5. HISTORIAL DE INFORMES



Historial de Informes

Menú Principal

Mostrar MIS INFORMES :

Mostrar Informes según Rango : Desde : 08/08/2008 Hasta : 08/08/2008 (dd/mm/aaaa)

Búsqueda por Título :

Búsqueda por Gorro :

Nro	Título	Fecha Creación	Cargado Por
1	Gobierno nombra como jefe del Foncodes al cuestionado militante aprista Carlos Arana Vivar	08/08/2008 02:19 p.m.	JAIME CRISOSTOMO
Por tercera vez se le da un cargo en el sector público. En las dos previas, como viceministro de Vivienda y director de Agua para Todos, se alejó por cuestionamientos sobre su labor empresarial y su cercanía con Agustín Mantilla.			
2	Olimpiadas Pekin 2008	08/08/2008 02:23 p.m.	MESA INF OIE
Esta mañana se inicia las Olimpiadas Pekin 2008 y la embajada china ofrecera una gran recepción			
3	Rolando Sánchez denuncia campaña para desestabilizar Alianza	08/08/2008 02:32 p.m.	JAIME CRISOSTOMO
presidente de la Comisión de Fútbol Intima señaló que los rumores acerca de la renuncia del técnico Richard Pérez son infundados.			
4	Sancionan a tenista francés por apuestas y amaño de partidos durante el 2005	08/08/2008 02:37 p.m.	MESA INF OIE
Mathieu Montcourt, número 152 del ránking ATP, fue impedido de competir en torneos durante ocho semanas y pagará una multa de 12.000 dólares			
5	Ronald Gamarra: 'La ONA solo fue un globo de ensayo del Gobierno'	08/08/2008 02:45 p.m.	MESA INF OIE
Aseguró que con la inminente desactivación de esta institución queda demostrada la falta de interés del Ejecutivo para luchar contra la corrupción			
6	Angie Cepeda en Perú	08/08/2008 04:11 p.m.	LUIS NINAMANGO
La colombiana, de 34 años, fue ayer una de las invitadas para rendir tributo al escritor peruano a quien -dijo- ya había conocido en Cartagena. "A Mario tuve la suerte de conocerlo en Cartagena hace un par de año en un hotel y anoche me lo volví a encontrar y él fue muy amable, muy cariñoso. Tuve la suerte y el honor de ser parte de su homenaje. Le estaré eternamente agradecida por haber escrito el libro ("Pantaleón y las visitadoras") y a Pancho (Lombardi) por haberme dado la oportunidad de estar en esa película que me cambió la vida y me abrió las puertas al			

Intranet local 100%

A través del **Historial de Informes** es posible realizar búsquedas en los informes registrados en el módulo, según los siguientes criterios:

- Mostrar sólo los informes que el usuario actual ha cargado en el módulo.
- Búsqueda por rango de fechas.
- Búsqueda por palabras clave en el título.
- Búsqueda por palabras clave en el gorro.

6. GESTIÓN DE GORROS

IRTP - Instituto de Radio y Televisión del Perú - Windows Internet Explorer

http://prensa/encabezado.aspx

IRTP - Instituto de Radio y Televisión del Perú

Administración de Gorros

Nuevo Gorro (Sin Informe) Ver Encabezados Menú Principal

Producción : CONFIRMADO NOTICIAS

Nro	Título del Informe	Cargado Por	Redactor	Fecha y Hora	Aprobado Por	Estado	Modificar
1	Rolando Sánchez denuncia campaña para desestabilizar Alianza	JAIME CRISOSTOMO	---	--	MARTIN GAVINO	●	
2	Sancionan a tenista francés por apuestas y amaño de partidos durante el 2005	MESA INF OIE	---	--	---	●	

Leyenda

- Informe redactado
- Informe revisado con VºBº
- Informe sin redactar

Listo Intranet local 100%

Con la interfaz **Gestión de Gorros** el equipo de redacción podrá (por cada producción) realizar las siguientes actividades:

- Agregar un gorro a un informe registrado en el módulo.
- Crear un gorro sin informe previo.
- Aprobar el contenido de un gorro (Jefe de Redacción).

7. AGREGAR GORRO A UN INFORME

The screenshot shows a web browser window titled "IRTP - Instituto de Radio y Televisión del Perú - Windows Internet Explorer". The address bar shows the URL "http://prensa/detalle_encabezado.aspx?id=5311&id2=5661". The page content is titled "Agregar un Gorro al Informe" and includes a navigation menu with "Gestión de Gorros" and "Menú Principal".

The main form area contains the following fields:

- Título**: A text input field containing "Sancionan a tenista francés por apuestas y amaño de partidos durante el 2005".
- Gorro**: A text input field containing "[SIN GORRO]".
- Última Modificación**: A label with a colon, currently empty.

Below the form is a "Guardar Cambios" button.

The lower section of the page is titled "INFORME PERIODISTICO" and displays the following information:

Título : Sancionan a tenista francés por apuestas y amaño de partidos durante el 2005	Fecha y Hora : 08/08/2008 02:37 p.m.
Reportero : MESA INF OIE	Produccion : CONFIRMADO NOTICIAS
Camarografo : 2	
Gorro : Mathieu Montcourt, número 152 del ranking ATP, fue impedido de competir en torneos durante ocho semanas y pagará una multa de 12.000 dólares	

Below the report information are two buttons: "VIDEO O DECLARACIONES" and "LOCUCION". At the bottom of this section are "Exportar" and "Editar" buttons.

The browser's status bar at the bottom shows "Listo", "Intranet local", and "100%" zoom.

A través de la interfaz **Agregar un Gorro al Informe** un redactor podrá añadir un **título** y un **gorro** a un informe previamente registrado por un reportero, para permitir su inclusión en una producción.

Para ello, podrá ver el contenido del informe asociado en la parte inferior de la interfaz, tal como se observa en la imagen anterior.

El acceso a esta interfaz se encuentra en el enlace que aparece como título de cada informe en **Gestión de Gorros**.

8. CREAR GORRO SIN INFORME PREVIO

The screenshot shows a web browser window titled "IRTP - Instituto de Radio y Televisión del Perú - Windows Internet Explorer". The address bar displays "http://prensa/NuevoEncabezado.aspx". The page content includes a navigation menu with "Gestión de Gorros", "Ver Gorros", and "Menú Principal". Below the menu, there are two dropdown menus: "Producción" (set to "CONFIRMADO NOTICIAS") and "Reportero" (set to "---"). A light blue box contains two text input fields: "Titulo" and "Gorro". A "Guardar Cambios" button is located at the bottom of this box. The browser's status bar at the bottom shows "Intranet local" and "100%".

Si es necesario redactar un gorro sin que el reportero haya ingresado su informe, se debe utilizar la interfaz **Ingreso de Gorro sin Informe Previo**, en la que el redactor deberá indicar la producción a la que va dirigido el nuevo gorro y el reportero que deberá culminar la elaboración del informe

Para acceder a esta interfaz se emplea el enlace **Nuevo Gorro (Sin Informe)**, ubicado en **Gestión de Gorros**.

9. PANEL DE ADMINISTRACIÓN

Panel de Administración

Agregar Informe del Historial Pauta Periodística Ver Gorros Ver Titulares Mantenimiento Menú Principal

Producción : CONFIRMADO MESA CENTRAL

Titulares	Nro	Título	Cargado Por	Fecha y Hora	Nota	Tiempo (mm:ss)	Estado	Modificar
<input checked="" type="checkbox"/>	1	Accidente de Tránsito en ICA en panamericana sur HISTORIAL	REDACTOR OIE	06/08/2008 09:33 a.m.		02:00		
<input type="checkbox"/>	2	Olimpiadas Pekin 2008	MESA INF OIE	08/08/2008 02:23 p.m.		05:00		
<input checked="" type="checkbox"/>	3	Descubren banda de extasis	LUIS ORTEGA	08/08/2008 08:50 p.m.		04:00		

Leyenda

- Informe sin revisar
- Informe revisado
- Informe descartado
- Modo Edición
- Guardar Cambios
- Salir sin Guardar Cambios

Con la interfaz **Panel de Administración**, un productor periodístico podrá realizar las siguientes actividades:

- **Seleccionar** los informes a ser pauteados, asignándoles un tiempo de duración.
- **Agregar un informe registrado previamente** para ser considerado para la pauta.
- Acceder a la interfaz que permite **generar el orden de emisión** de los informes.
- Seleccionar los informes que serán considerados como **titulares**.
- Acceder a la interfaz que permite **manejar los titulares**.

10. AGREGAR INFORME DEL HISTORIAL

The screenshot shows a web browser window titled "IRTP - Instituto de Radio y Television del Perú - Windows Internet Explorer". The address bar contains the URL "http://prensa/AgregarInformePauta.aspx?id_produccion=3". The page title is "Agregar Informe del Historial a la Pauta Periodística".

At the top, there are navigation links for "Panel de Control" and "Menú Principal". Below this, there is a dropdown menu for "Edición" set to "CONFIRMADO PROVINCIAS".

The main content area features a search filter section with the following fields:

- Mostrar Informes según Rango : Desde : 07/08/2008 Hasta : 08/08/2008 (dd/mm/aaaa)
- Búsqueda por Título : [input type="text"]
- Búsqueda por Gorro : [input type="text"] [Buscar]

Below the search section is a table with the following columns: Nro, Título, Fecha Creación, and Cargado Por. The table contains four rows of data, each with a red checkmark in the right margin.

Nro	Título	Fecha Creación	Cargado Por
1	Gobierno nombra como jefe del Foncodes al cuestionado militante aprista Carlos Arana Vivar Por tercera vez se le da un cargo en el sector público. En las dos previas, como viceministro de Vivienda y director de Agua para Todos, se alejó por cuestionamientos sobre su labor empresarial y su cercanía con Agustín Mantilla.	08/08/2008 02:19 p.m.	JAIME CRISOSTOMO
2	Hernan Fuentes El presidente de la región Puno, Heman Fuentes, ratificó su decisión de ir a una corte internacional en el caso de que el tribunal constitucional niegue definitivamente la legitimación de la hoja de coca como patrimonio cultural.	08/08/2008 04:42 p.m.	JAIME CRISOSTOMO
3	Kouri El fiscal Óscar Zevallos Palomino solicitó al Poder Judicial ordenar el embargo preventivo de los bienes del actual presidente regional del Callao, Alex Kouri, debido a las presuntas irregularidades registradas en la licitación y construcción de la vía expresa de la avenida Elmer Faucett	08/08/2008 04:44 p.m.	JAIME CRISOSTOMO
4	Margarita Sucari La comisión de Ética abrió una investigación a la congresista Margarita Sucan (UPP) por haberle recortado de manera ilegal el sueldo a una ex auxiliar que trabajó en la comisión que indagó sobre las presuntas irregularidades en la construcción de la carretera Interoceánica.	08/08/2008 05:01 p.m.	JAIME CRISOSTOMO

At the bottom of the browser window, the status bar shows "Intranet local" and "100%" zoom.

A través de la interfaz **Agregar Informe del Historial**, el productor periodístico podrá buscar entre los informes registrados en el módulo los que necesite para la elaboración de la pauta.

Su funcionamiento es idéntico al **Historial de Informes**, existiendo adicionalmente la opción de seleccionar los informes para ser considerados en la pauta.

11. GENERAR PAUTA

The screenshot shows the 'Generación de Pauta Periódica' interface. At the top, there's a navigation bar with buttons like 'Nuevo Gorro sin Informe', 'Actualizar Pauta', 'Panel de Control', 'Nuevo Bloque', 'Ver Gorros', 'Ver Bloques', and 'Menú Principal'. Below this, a dropdown menu shows 'Producción : CONFIRMADO MESA CENTRAL'. The main content is a table with the following data:

Nro	Título	Tiempo (mm:ss)	Acumulado (HH:mm:ss)	Extraer Noticia
	avance	01:00	07:01:00 a.m.	
Bloque I 1	Olimpiadas Pekin 2008	05:00	07:06:00 a.m.	<input type="checkbox"/>
2	uso del módulo	01:20	07:07:20 a.m.	<input type="checkbox"/>
3	mensaje del presidente	01:10	07:08:30 a.m.	<input type="checkbox"/>
4	mensaje	02:00	07:10:30 a.m.	<input type="checkbox"/>
	corte	03:00	07:13:30 a.m.	
economía 5	capacitación al personal de prensa	01:30	07:15:00 a.m.	<input type="checkbox"/>
6	Accidente de Tránsito en ICA en panamericana sur	02:00	07:17:00 a.m.	<input type="checkbox"/>
	tanda com.	00:05	07:17:05 a.m.	
negocios 7	normas legales	01:00	07:18:05 a.m.	<input type="checkbox"/>
8	Descubren banda de extasis	04:00	07:22:05 a.m.	<input type="checkbox"/>

Below the table are buttons for 'Exportar', 'Imprimir', and 'Mostrar Imagen'. A legend box titled 'Leyenda' is located at the bottom left, containing icons and text for: 'Subir una posición', 'Bajar una posición', 'Cambiar posición', 'Guardar cambios', and 'Salir sin guardar cambios'.

A través de la interfaz **Generar Pauta**, con los informes previamente seleccionados en el **Panel de Administración**, se pueden realizar las siguientes actividades:

- Ordenar los informes para su emisión.
- Extraer un informe de la pauta.
- Crear, ver y modificar bloques de pauta (junto con sus cortes previos).
- Agregar un nuevo gorro a la pauta.

12. TITULARES

Nro	Encabezado	Titular	Modificar
1	normas legales se debe colocar especificaciones tecnicas	normas legales se debe colocar especificaciones tecnicas	↓ [edit]
2	Accidente de Transito en ICA en panamericana sur [SIN GORRO]	soyuz la empresa soyuz esta en problemas	↑ ↓ [edit]
3	Descubren banda de extasis texto de la conductora	decubren extasis descubren extasis	↑ [edit]

Exportar Imprimir

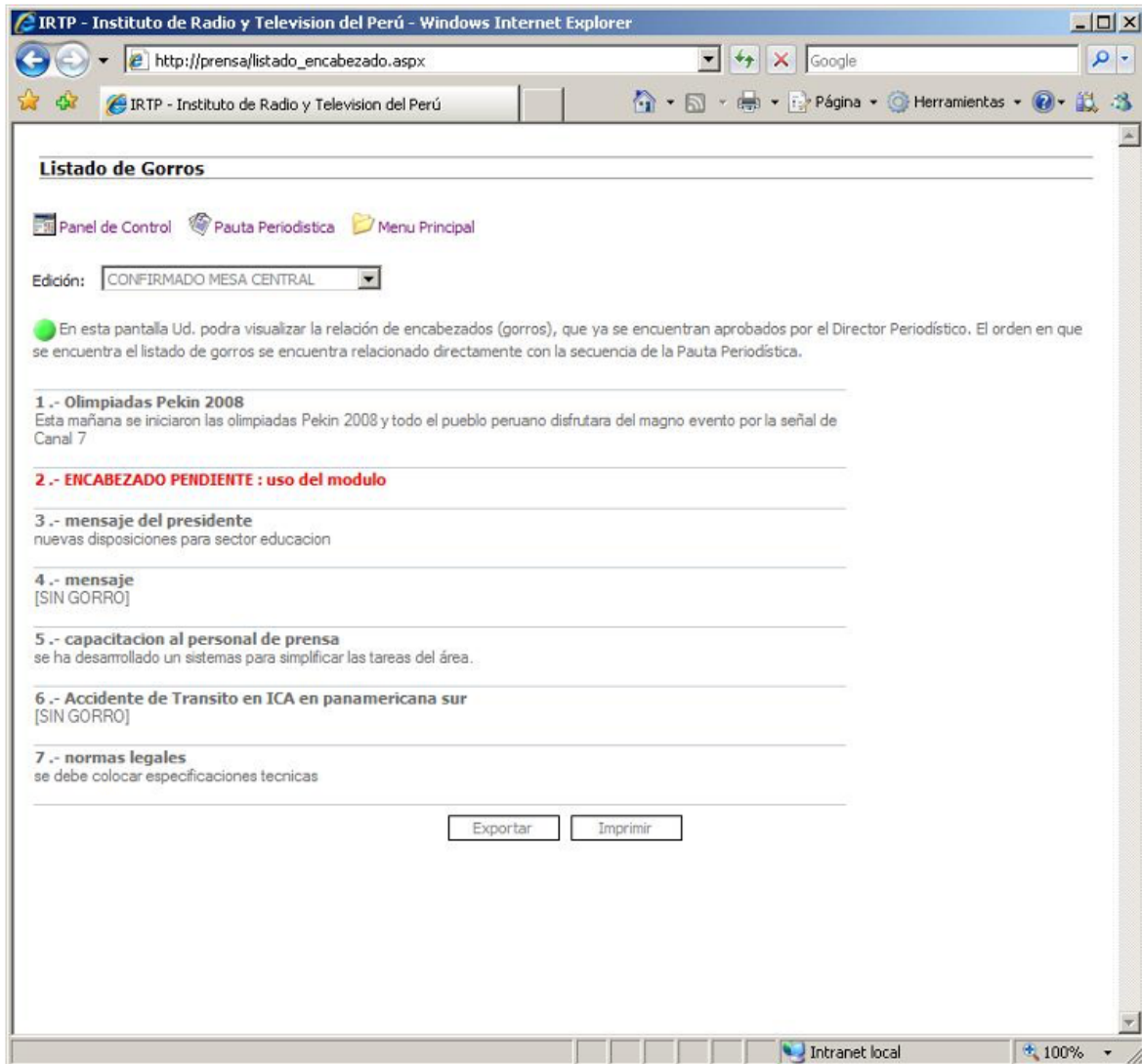
Leyenda

- ↑ Subir una posición
- ↓ Bajar una posición
- [edit] Modo edición
- [floppy] Guardar cambios
- [door] Salir sin guardar cambios

A través de la interfaz **Titulares**, con los informes previamente seleccionados en el **Panel de Administración**, se pueden realizar las siguientes actividades:

- Redactar un título y contenido para el titular asociado a un informe seleccionado.
- Ordenar los informes en la relación de titulares.
- Agregar un nuevo gorro a la relación de titulares.

13. LISTADO DE GORROS



En el **Listado de Gorros** podemos ver la relación de gorros correspondientes a la pauta de una producción determinada, en el orden en el que serán emitidos.

Esta relación se podrá imprimir según las necesidades del usuario.

Adicionalmente, el módulo proporcionará un indicador si algún informe pautado aún no tiene gorro.

ANEXO 3: Materiales diversos de referencia y comprobación

1.- *Links vinculados a la experiencia profesional*

https://web.archive.org/web/20071020014848/http://rpp.com.pe/portada/entretenimiento/6443_1.php

<https://vimeo.com/277628759>

https://web.archive.org/web/20071011215651/http://rpp.com.pe/portada/entretenimiento/99553_1.php

https://web.archive.org/web/20090531200239/http://www.rpp.com.pe/2009-05-28--las-mananas-informativas-de-tvperu-noticia_184436.html

https://web.archive.org/web/20070629151754/http://www.rpp.com.pe/portada/entretenimiento/tv_y_radio/69885_1.php

<https://www.youtube.com/watch?v=xuv7eVvWkiA&t=10s>

<https://www.youtube.com/watch?v= FunokQaaWo>

<https://www.youtube.com/watch?v=5FaMpfwveww>

<https://www.youtube.com/watch?v=GBhptYaLqNY>

<https://www.youtube.com/watch?v=iiZ21oBJViA>

2.- *Páginas web de empresas emprendidas en Perú*

<https://www.facebook.com/vmb.espana>

https://www.instagram.com/visualmediabroadcast_peru/?hl=es

<https://prisma peru.pe/>

<https://www.facebook.com/PERUPRISMA>

<https://twitter.com/PrismaPer>

https://www.youtube.com/channel/UC_3yG3X_37E7hR7E7rXo9kw

3.- *Carpeta drive que contiene material profesional desarrollado en televisión, empresas de producción y desarrollo docente*

https://1drv.ms/u/s!AnWIHXev8T8k8WsyT_NZh1qMnU88?e=Maw44p

Inf. turnitin TSP Garrido Yuri

INFORME DE ORIGINALIDAD

3%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

0%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Tecnologica del Peru Trabajo del estudiante	1%
2	repositorio.ulima.edu.pe Fuente de Internet	<1%
3	edgardavidnavarrete.blogspot.com Fuente de Internet	<1%
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	<1%
5	www.noticias.com Fuente de Internet	<1%
6	docplayer.es Fuente de Internet	<1%
7	www.mrt.com Fuente de Internet	<1%
8	www.ull.es Fuente de Internet	<1%
9	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	

<1 %

10

bunkyo.repo.nii.ac.jp

Fuente de Internet

<1 %

11

libros.rapidalia.com

Fuente de Internet

<1 %

12

www.antevenio.com

Fuente de Internet

<1 %

13

www.pa

Fuente de Internet

<1 %

14

www.sagpya.mecon.gov.ar

Fuente de Internet

<1 %

15

www.unsaac.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

16

comunica.gov.bo

Fuente de Internet

<1 %

17

www.mercadodata.com

Fuente de Internet

<1 %

18

agenda.pucp.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

19

apimentinha.com.br

Fuente de Internet

<1 %

20

home.inder.co.cu

Fuente de Internet

<1 %

21	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
22	www.comercioexterior.ub.es Fuente de Internet	<1 %
23	www.dgfc.sgpg.meh.es Fuente de Internet	<1 %
24	www.rree.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
25	www.unccd.int Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo