

MÁS DE 30 COSAS APRENDIDAS

EN MÁS DE 30 AÑOS
COMO PRODUCTOR
DE TELEVISIÓN

ÁNGEL PUELLO



TOMO 2

Compartir con alguien en:



PRESENTACIÓN



Ángel Puello

@ANGELPUELLORD



@ANGELPUELLORD



@ANGELPUELLO



EL CANAL DE ÁNGEL PUELLO



Cultura digital se complace en regalar al mundo, el segundo tomo de este mini libro digital que tiene expresiones y consejos que ha comunicado el reconocido productor de televisión dominicano, **Ángel Puello** en más de 30 años como productor televisivo, algo muy valioso de esta obra digital, es que las orientaciones que da **Ángel Puello**, no solo sirven para los realizadores y productores de radio, televisión, teatro o cine, sino que cualquier persona en sus metas del diario vivir, pueden seguir estas orientaciones, osea que abogados, médicos, políticos, publicistas, empresarios, estudiantes, emprendedores y muchos más, tienen en esta obra un útil manual de consulta.

Para que vean la importancia de estos consejos, vamos a conocer los aportes de **Ángel Puello** durante mas de 30 años en los medios de comunicaciones.

Ángel Puello, es uno de los más experimentados profesionales de la industria audiovisual y las comunicaciones, creativo destacado en medios masivos, pionero en formatos televisivos populares, asesor de reingeniería de imagen, consultor de importantes personalidades y corporaciones nacionales e internacionales, ha innovado de forma destacada en la asesoría, en la política, la industria del espectáculo, pieza clave en la televisión y las comunicaciones contemporáneas, cuyas experiencias han sido puestas al servicio de los más diversos escenarios de la vida nacional, guía y mentor de numerosos y exitosos proyectos y profesionales en República Dominicana.

En Color Visión, **Ángel Puello** inició su carrera en los siguientes programas:

“El Gordo de la Semana” con Freddy Beras Goico, donde fue productor ejecutivo de dicho espacio, fue fundador de **“Sábado de Corporán”** y de **“Sábado Chiquito de Corporán”**.

En el canal 7, Ángel Puello fue parte activa en revolucionarias producciones televisivas para la empresa de Johnny Ventura, donde se destacan los programas: **“Domingo con Johnny”**, **“Cuánto Vale el Show”**, **“Cuéntame ese Chiste”**.

En Telesistema 11 del grupo Corripio, **Ángel Puello** fue el creador de los exitosos programas “**El Club de Isha**”, “**El Reto Semanal**”, “**Lo Mejor de Mike Mercedes**”, “**Sazonando**”, entre muchos programas.

Figuras importantes del entretenimiento reciente y de todos los tiempos han sido asesoradas y proyectadas, gracias a la mente creativa de **Ángel Puello** como:

-Johnny Ventura: Exponente más emblemático del merengue, llamó a Ángel Puello para que junto a productores de fama internacional, lo acompañaran en su exitoso retorno a la televisión, creando una revolución en el entretenimiento local asociado a la empresa Productora Latinoamericana de Televisión (PROLATEL).

-Freddy Beras Goico: El comunicador más importante de la historia televisiva dominicana, en cuya proyección Ángel Puello jugó un papel decisivo como, productor ejecutivo de “El Gordo de la Semana”.

-Rafael Corporán de los Santos: Llevado exitosamente de la radio a la televisión y consolidado como el más importante comunicador solidario del país, con el Programa “Sábado de Corporán”, su éxito aplastante como comunicador y como aspirante y ganador de la Alcaldía de Santo Domingo, fue gracias al plan estratégico creado y articulado por **Ángel Puello** y un valioso equipo de profesionales que lo acompañaron en ese programa que logró récord de audiencia, provocando que fuera el primer programa de la televisión dominicana en ser transmitido en vivo a más de 40 países .

-Amelia Vega: Miss Universo República Dominicana, fue orientada en sus inicios por **Ángel Puello**, para su incursión en la televisión en un proyecto televisivo que conduciría junto a Johnny Ventura.

-Isha: Por primera vez una figura infantil dominicana logra llenar el Estadio Olímpico con asistencia de más de 70.000 almas, récord que no ha sido superado por figuras adultas o festivales internacionales, una vez más el talento de **Ángel Puello** junto a los profesionales que lo acompañaron logra un hito, al consolidar el fenómeno infantil más grande de la historia, despertando el interés del público, de las grandes casas comerciales y de la prensa nacional e internacional.

OTRAS FIGURAS ASESORADAS Y PROYECTADAS POR ÁNGEL PUELLO SON:

-Jenny Blanco: Talentosa estrella femenina de la televisión.

-Yubelkis Peralta: Joven profesional que ha ganado el reconocimiento del público y de la prensa, logrando incursionar con éxito en los medios, gracias a la guía y asesoría de **Ángel Puello**.

-Lumy Lizardo: Humorista de gran transcendencia, cuyo inmenso talento fue descubierto y puesto en relieve por Ángel Puello.

-Nikauly de la Mota: Una de las más emblemáticas y exitosas presentadoras dominicanas, su carrera hacia el éxito también se inició bajo las orientaciones de **Ángel Puello**.

-Caroline Aquino: Joven que ha ingresado a la televisión logrando la aceptación del público, en sus inicios contó con la guía y asesoría de **Ángel Puello**.

-Isaura Taveras: La Reina del Pueblo, es una de las presentadoras más carismáticas y representativa de la televisión dominicana, cuya proyección y exitosa carrera surgen de la mentoría de **Puello**.

-Yelitza Lora: Una de las caras frescas de la televisión y del cine, fue iniciada y guiada por **Ángel Puello**.

-Mike Mercedes: El gran maestro de la Gastronomía Dominicana e internacional por más de 50 años, fue llevado a la televisión con gran éxito de la mano de **Ángel Puello**.

Otras figuras a mencionar son: **Henry Brito, Johnny Marte, Felito Brens, Roberto del Castillo, Rosanna Ovalles**, entre un sinnúmero más.

Ángel Puello tiene el mérito de ser el primer productor de la televisión dominicana, en lanzar los formatos maratónicos televisivos de cierre de campaña de candidatos presidenciales, lo inició con el histórico programa “**VAMOS A GANAR**” que fue una producción de gran importancia para el éxito de la campaña que llevó a **HIPOLITO MEJÍA** como presidente de la República.

Ángel Puello ha tenido participación de primer orden, en el lanzamiento de señales internacionales de televisión, como “**Tele Salvador**”, primera señal televisiva de los salvadoreños en Estados Unidos y “Dominican View” señal televisiva en estados unidos, con lo mejor de la

televisión dominicana. A todo lo anterior se le agrega su labor destacada en la dirección de programación y producción de la primera señal de los dominicanos en el extranjero: **“Súper Canal Caribe”**.

Como escritor, **Ángel Puello** ha incursionado como autor del género de la superación personal con varias obras como **“Por el amor de una diva”**, **“Manual de valores”**, **“Voy a lograrlo”**, **“La Republica Dominicana Que Dios Quiere”**.

Y ahora este libro digital con un resumen de sus mejores enseñanzas.

Ángel Puello ha sido propulsor de destacadas iniciativas sociales, a través de la **“Fundación Todo es Posible”**, que él preside, que con dicha Fundación ha realizado campañas de salud, educación, cuidado del medio ambiente, promoción de empleos para las madres solteras y los jóvenes, campañas por el fortalecimiento de la fe, entre las que se destacan: **“Armas por Biblias”**, **“Una Biblia Para Cada Dominicano”**, **“Limpia tu Frente Para Limpiar la Ciudad”**, **“Una mano al anciano”**, **“Todos podemos reciclar”**, entre otras campañas e iniciativas sociales implementadas por Ángel Puello en su **“Fundación Todo es Posible”**.

Mediante alianzas internacionales, **Ángel Puello** crea, **“Ap Business Group”**, originada por propuestas de destacadas figuras de los medios de comunicación, que planteaban la necesidad de una corporación de contenidos audiovisuales y de comunicación para la asesoría, sociedades y el lanzamiento de proyectos propios en áreas de imagen, televisión, radio, cine,

Internet, vídeos, eventos, entre otros servicios, la división televisiva se denomina “**ÁNGEL PUELLO TELEVISIÓN GROUP**” que realiza producciones televisivas para canales de la República Dominicana y del extranjero, actualmente tiene en Color Visión cada domingo en la noche, el docureality “Vamos” conducido por Fabio Ureña Ortiz, que lleva el estudio de televisión a un vehículo y a los recorridos que se realizan en todo el país.

MÁS DE 30 COSAS APRENDIDAS

**EN MÁS DE 30 AÑOS
COMO PRODUCTOR DE TELEVISIÓN**

Palabras de Ángel Puello al inicio de la charla sobre la Televisión Dominicana en Infotep:

“Un saludo a tantos jóvenes estudiantes que están atentos a lo que se dirá en este encuentro, son ustedes el futuro de nuestra televisión. Gracias por el apoyo de los queridos medios de comunicación que llegaron a este encuentro. Qué bueno, también, ver a gente muy admirada y querida de la televisión y de mi vida diaria...

Deseo de manera especial decir gracias por la invitación del Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP) y al director general Rafael Ovalles.”

Veamos la primera cosa aprendida en más de 30 años como productor de televisión.

01 **TU ÉXITO COMO PRODUCTOR DEPENDE MUCHO DEL EQUIPO HUMANO DEL QUE TE RODEA**



Cuando decides hacer un programa de televisión no debes temer contratar a gente que saben muchas cosas más que tú, al contrario, esto son puntos a tu favor, ya que puedes aprender más y enriquecerte con sus conocimientos y experiencia, quien te suma en términos profesionales nunca puede ser visto como un rival, sino como un socio o aliado.

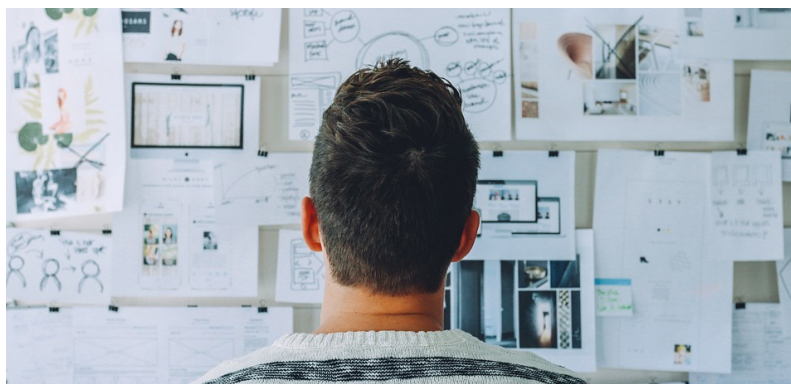
No puedes pretender ser el mejor en todo lo que haces, pero sí debes rodearte de los mejores.

Ten una relación de confianza con tu valioso equipo de trabajo, ellos, desde el primero al último, son tus mejores aliados, escucha sus sugerencias ya que son los que han decidido con su trabajo apostar a tu éxito en la televisión.

Como dijo la madre Teresa de Calcuta: “yo hago lo que tú no puedes, y tú haces lo que yo no puedo. ¡Juntos podemos hacer grandes cosas!

02

ASÍ COMO LLEGA UN ESTORNUDO DE SORPRESA ASÍ, TAMBIÉN LLEGAN LAS BUENAS IDEAS, NO LAS DEJES A LA MEMORIA



Cuando estás abierto a la creatividad, inspirado en lo que estás produciendo, las ideas van llegando a cada momento.

Existen ocurrencias fabulosas que jamás se materializan ya que al llegar a nosotros las dejamos a la memoria para luego anotarlas pero se olvidan.

Para que lleguen las ideas, hay varias fuentes de inspiración, puede ser el cine, el mar, un viaje por la carretera, un fin de semana en resort, el gimnasio, entre otras y es que cada quien tiene los botones que le disparan la creatividad...

Años atrás, recuerdo que llenaba agendas y servilletas con ideas que llegaban de sorpresa, ahora con los avances de la tecnología tenemos la agenda en el celular y la posibilidad de grabar nuestra voz con las ideas para nuestra producción televisiva, lo importante es jamás dejar las grandes ideas a la memoria.

Y es como dice el dicho “la memoria es como el mal amigo; ¡cuando más falta te hace, te falla!

03

SI AL HABLAR CON VARIAS PERSONAS SOBRE TU PRÓXIMO PROYECTO, VES QUE TODOS SE ABURREN, SE QUEDAN INDIFERENTES, TEN CUIDADO.



Existe un tipo de productores que llevan en su cabeza la idea de un fabuloso y revolucionario programa, pero cada vez que le toca contarlo observa que al inicio le prestan cierta atención pero luego ésta se va desvaneciendo y comienzan a mirar para otros lados y se le va observando cara de aburridos... coge el mensaje.

Sobre lo anterior, el productor debe tener en cuenta 2 posibilidades:

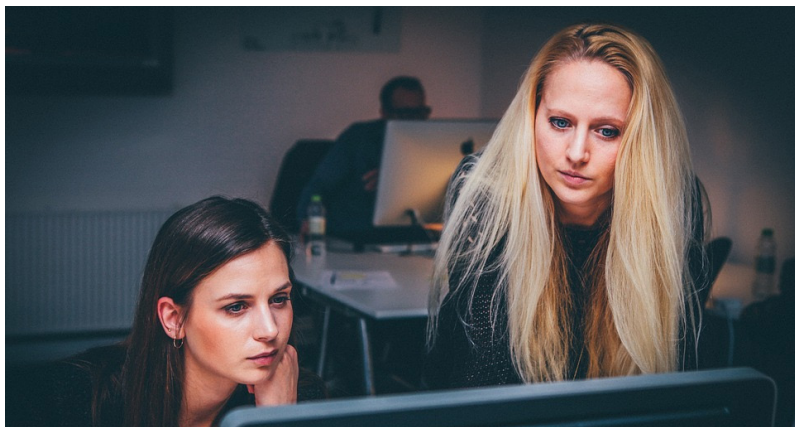
La primera: que no estás sabiendo explicar bien el concepto de tu programa, que le falta chispa, que no provoca el interés o que no estás empleando las palabras adecuadas. Esto es muy perjudicial cuando la explicación del programa se le hace a futuros anunciantes.

Segunda posibilidad: podría ser que solo para el creativo el programa que está explicando es interesante, que el mismo necesita de ingredientes extras que permitan generar el interés de la gente.

En definitiva, es un llamado de alerta que el productor debe tener muy en cuenta, ya que como dice el dicho “guerra avisada no mata soldado y si lo mata es por descuidado”.

04

LO QUE APRENDISTE DE TELEVISIÓN EN LAS CLASES ES LA PRIMERA PARTE, LA CONTINUACIÓN ES EL TRABAJO QUE SE REALICE EN LA OFICINA Y EL CANAL DE TELEVISIÓN.



Las clases de producción son muy valiosas, una gran base para iniciar el trabajo como productor de televisión, si crees que porque te graduaste en producción de televisión ya 'te la sabes todas' estás muy alejado de la realidad.

Si no entras a trabajar en televisión con la humildad de reconocer que la práctica del día a día en la oficina de producción y en el canal de televisión es lo que te dará las herramientas que faltan para convertirte en todo un productor, entonces estarías condenado al fracaso.

Y es que en esa práctica diaria es que ves realmente cómo se maneja el presupuesto, de qué forma se van armando los guiones, se buscan los invitados. La gran enseñanza es que jamás, jamás terminas de aprender.

Como dijo Benjamín Franklin: “Dime y lo olvido, enséñame y lo recuerdo, involúcrame y lo aprendo”

05

AL FINALIZAR CADA PROGRAMA DE TELEVISIÓN LA AUTOCRÍTICA ES LA CUALIDAD QUE TE LLEVA A IR MEJORANDO.



Luego de cada programa te vas a encontrar con muchos amigos y familiares que te van a decir lo que tú deseas escuchar: vi el programa de principio a fin y cada vez está mejor, estás haciendo un programa para no cambiar de canal, si sigues como vas te vas a ganar el premio al mejor programa diario.

Esas y muchas expresiones de este género te suben el ego y te sientes como en las nubes, pero aunque sea doloroso, debes tomar el programa ya grabado y mirarlo con calma y objetividad, colocándote en la acera del televidente, viendo los puntos que se deben fortalecer de la producción o la conducción. Observar dónde el programa se tornó monótono o repetitivo, reconocer el momento en que hiciste un chiste de mal gusto y ver otros detalles que te llevarán a ir perfeccionando tu programa.

Hacer esta autocrítica luego de cada programa te llevará a ser cada vez mejor.

Tal como dijo BUDA “para enseñar a los demás, primero has de hacer tú algo muy duro: ¡has de enderezarte!

06

SI TIENES UN PROGRAMA DONDE SE TRATA LA ACTUALIDAD NACIONAL O UN NOTICARIO, VERIFICA LAS INFORMACIONES QUE TE LLEGAN VÍA INTERNET ANTES DE PONERLA EN PANTALLA.



Muchas veces el poco tiempo para preparar los contenidos diarios de una revista de la actualidad nacional provoca que se recurra a informaciones que surgen de la Web y a colaboradores externos sin pasar por los filtros necesarios.

Esto podría provocar que se dé alguna información que luego pueda ser desmentida o que el espacio caiga en el sensacionalismo con el peligro de que pueda perder la credibilidad o que el espacio televisivo reciba una demanda legal.

El productor de televisión no puede ser muy confiado, por ese motivo es recomendable tener a un miembro del equipo encargado de verificar las informaciones.

Como dice un dicho "Al que no se fió, nadie le engañó".

07

EL PODER DE LA TELEVISIÓN PARA LOS VOTANTES INDECISOS



La televisión es considerada como el medio de comunicación más importante para construir conductas, provocar necesidades, cambiar la percepción, en fin, en influir en la toma de decisiones de las personas, eso lo saben los anunciantes y por eso el presupuesto mayor de inversión de publicidad siempre va dirigido hacia la televisión.

Cada vez más nuestros políticos saben que en las campañas electorales los indecisos se captan a través del buen manejo de la televisión.

En nuestra carrera televisiva tenemos un caso de éxito en esta área. Eran las elecciones presidenciales del año 2000. Los 3 candidatos que competían eran Joaquín Balaguer, Hipólito Mejía y Danilo Medina. Para ganar las elecciones, el favorito según las encuestas era Hipólito Mejía y Danilo Medina lucía en segundo lugar, pero cualquier cosa podría ocurrir.

En ese tiempo me tocaba producir un programa televisivo que llegué a fundar, Sábado de Corporán. Recuerdo que Corporán, quien era muy amigo de Hipólito Mejía, me dijo meses antes de las elecciones que muchas encuestas decían que Hipólito llevaba una ventaja tan amplia sobre Danilo Medina que era casi imposible que este último ganara las elecciones.

Desde el punto de vista de mi trabajo como productor de televisión me llamó la atención que un sondeo que hicimos en varios sectores de la capital y del interior nos dio como resultado que en ese momento Hipólito no lograría el 50 más uno que era necesario para ganar las elecciones nacionales en la primera vuelta pero el sondeo nos sirvió también para darnos cuenta de que Mejía tenía una tasa de indeciso muy elevada y que si un % moderado de estos al final se decidían por él podría entonces sacar el 50 más uno y ganar las elecciones en la primera vuelta.

Consciente de esto, un mes antes de las elecciones del 16 de mayo del 2000, diseñamos un programa de televisión maratónico con toda la intención de mejorar la percepción hacia Hipólito Mejía y de que una cantidad importante de indecisos le dieran su voto. Recuerdo que cuando comunicamos a Rafael Corporán de los Santos sobre el sondeo que hicimos y sobre el programa maratónico que escribimos, éste estalló de risas en nuestra cara, diciendo que me olvidara de eso que era imposible que Hipólito dejara de ganar las elecciones en la primera vuelta.

Con el dolor del alma me vi obligado en ese mes de abril a archivar la idea pero semanas después, al inicio de mayo nos llamó a su oficina Rafael Corporán de los Santos para decirnos que según unas encuestas, todo indicaba que a Hipólito le faltaba un impulso para garantizar que sacara el 50% más uno y ganar en la primera vuelta de las elecciones. Corporán me pregunto que si yo tenía conmigo la idea del programa especial de Sábado de Corporán para provocar que muchos indecisos apoyaran a su gran amigo Hipólito Mejía, le dije que sí y horas después estábamos reunidos Hipólito, Corporán y yo.

Recuerdo que cuando le entregué a Hipólito el proyecto del plan televisivo para captar indecisos, no habían pasado 5 minutos cuando éste, sin terminar de leer el plan completo, lo aprobó diciéndole a Corporán: RAFAELITO, ESTO

VA PORQUE VA, POR FIN, ALGUIEN ME HA ENTREGADO ALGO QUE HA VALIDO LA PENA PARA MEJORAR LA SITUACION.

Hipólito Mejía colocó a destacados profesionales para poner en práctica el proyecto y agregar algunas ideas, entre los que recuerdo a Giovanni Cruz, reconocido dramaturgo de nuestro país.

En una semana se montó el programa especial de Sábado de Corporán que llevó por nombre vamos a ganar. Se convirtió en la primera producción televisiva en grande para realizar una especie de cierre de campaña, iniciando a las 8 de la mañana y finalizando a las 8 de la noche, o sea, 12 horas corridas.

Al final, Hipólito ganó las elecciones presidenciales del año 2,000 con el 49.87% de la votación. La verdad es que le faltó algunas centésimas para llegar al 50 más uno, lo cual motivó al doctor Joaquín Balaguer, que quedó en tercer lugar, a decir que no valía pena someter al pueblo a otras elecciones. Entonces a Danilo reconoció el triunfo de Hipólito,

recuerdo que Corporán me comentó: “bueno Puello, estoy seguro que si no hubiéramos hecho ese programa especial la historia pudo ser otra para Hipólito”.

Cualquier persona que le pregunte a Hipólito sobre la importancia de ese programa especial de televisión para ayudar a su triunfo es seguro que él dirá que fue muy decisivo.

Este importante episodio en la historia de la política dominicana es una prueba de la fuerza de la televisión para convencer a indecisos en las campañas electorales.

Si eres político recuerda siempre una frase que dice “¡LOS INDECISOS TAMBIEN VOTAN!”



SI QUIERO HACER UN PROGRAMA DE ÉXITO PROBADO EN EL EXTRANJERO, ¿COMPRO O COPIO UN FORMATO TELEVISIVO?



Dicen que son 2 las maneras de replicar un programa de éxito internacional: imitarlo o comprar los derechos de formato. En el primer caso, cuando se decide hacer una copia, a menudo se toma una idea central, se mezcla con otros elementos y ahí nace un formato nuevo que se llama de otra manera, con lo que incluso, muchos crean la fama de haber inventado algo.

El copiar los formatos es una práctica de mucho uso en la televisión internacional con la excusa de que hay barreras culturales, adaptaciones a la idiosincrasia de un territorio o una lengua, que impide un traslado literal de un programa de televisión de un país a otro.

Pero debemos tomar en cuenta que “Copiar” un programa es un paso de riesgo, por distintas razones. Por una parte, porque te puedes inspirar en algo que ya existe, pero sin tener en cuenta ingredientes secretos del éxito que hacen que un formato funcione. Por otra, porque copiar un programa original,

protegido por derechos de autor, te puede llevar a los tribunales.

La compra de un formato tiene la ventaja de que los dueños del mismo ayudan en cada paso para lograr el éxito, pero tiene en contra que los que compran el formato no pueden realizar cambios del mismo a menos que los dueños lo autoricen.

Ya escucharon los pros y contras antes de tomar la decisión de comprar o imitar un formato de programa internacional.

Tiempo atrás, escuché una frase que dice “somos imitación en más de una mitad; lo importante, ¡¡¡es escoger buenos ejemplos!!!”



EXISTE MIEDO A LA CREATIVIDAD TELEVISIVA POR TEMOR AL FRACASO



Muchos dueños de canales de televisión, gerentes de producción de plantas televisivas y dueños de programas de televisión no se atreven a confiar en la creatividad autóctona, en la creatividad dominicana.

Muchas veces aceptan más fácil ideas de formatos o ideas para contenidos regulares de un programa de televisión sólo si esas iniciativas han sido ya ejecutadas con éxito en otro país.

Debo confesar en esta charla, por primera vez en público, que en mis inicios en la televisión como productor de televisión me vi obligado a decir, para que me aprobaran una idea, que la misma la vi con éxito en un viaje que hice a Brasil, Argentina, España y México.

Recuerdo que el anterior recurso llegué a utilizarlo cuando producía para Freddy Beras Goico, para el productor argentino Carlos Bas, para Johnny

Ventura y para Rafael Corporán de los Santos.

Debo sí reconocer que la mayoría de las ideas que a ellos aportaba siempre fueron aprobadas, pero cuando no era así y se me trancaba el juego, entonces acudía al recurso que antes dije.

Sobre lo anterior, tengo la siguiente anécdota: una vez se me ocurrió realizar en Sábado de Corporán un segmento de lucha libre con mujeres y Jack Veneno, la idea fue rechazada por Corporán porque al final terminaba el luchando, pero cuando le dije que la iniciativa la vi en el programa más exitoso de Brasil con el animador número uno de allá, de inmediato aprobó la idea que según los estudios logró ser el segmento de mayor rating de ese sábado, miren que fue lo que paso.

Video de Corporán lucha libre

Ya lo saben, como productores deben apoyar las nuevas ideas propias.

Como dijo el filósofo John Cage: “No puedo entender por qué la gente está asustada con las nuevas ideas. Yo lo estoy de las viejas”.

10

¡SI CREES QUE POR LLENAR TU CANAL DE TELENUELA YA SERÁS EXITOSO, CUIDADO!



La telenovela es uno de los productos televisivos de más alto rating y más rentables de la televisión, muchas veces a costo cómodo lo que junto a su duración de varios meses, convierten a las telenovelas en un producto muy atractivo para los dueños de canales.

En muchas ocasiones, cuando se desean hacer cambios para aumentar el rating de un canal que no tiene telenovela en su programación, de las primeras cosas que se piensan es llenarlo de telenovelas, ya que esto podría garantizar que el rating se dispare.

Pero hay que tener el cuidado de que la fidelidad de la telenovela es algo que se gana muy despacio. La mayoría de la audiencia que sigue las novelas es gente madura, que no le gusta estar cambiando de canal mucho, se acomodan en ver las telenovelas en uno o 2 canales y ahí se quedan.

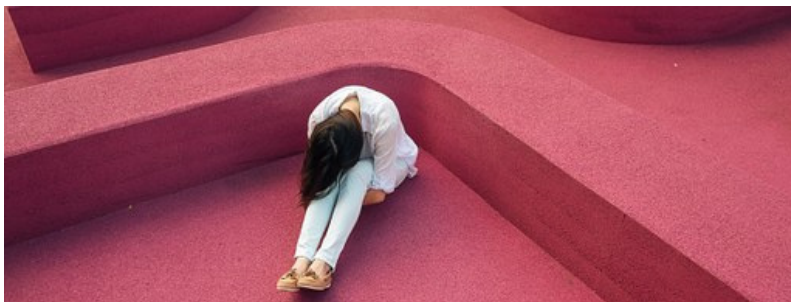
Eso hace que muchas veces ni se enteran de que en otro canal iniciaron una telenovela, al final los dueños de canales hacen una costosa inversión en dólares que se pierde.

Ya lo saben, no siempre llenar un canal de telenovelas es éxito seguro, sobre todo, cuando todos empiezan a hacer lo mismo y se produce una saturación que relaja el negocio.

Y como dice el dicho NO TODO LO QUE BRILLA ES ORO.

11

AL LANZAR UN NUEVO PROGRAMA DE TELEVISIÓN JAMÁS CAIGAS EN EL EFECTO CHAMPAN



Un buen estreno de un esperado programa de televisión no garantiza un éxito de la producción. Siempre es mejor tener un alto rating en la primera vez del programa que encontrarse con que el producto inicia con una audiencia débil. Pero hay que tener cuidado a la hora de lanzar las promociones porque la televisión es una carrera de fondo. Un estreno triunfal puede convertirse en un fracaso en cuestión de semanas, por obra y gracia de lo que llamamos 'el efecto champán'.

Este efecto significa que es necesario congregarse a la audiencia ante un estreno, y que para eso la promoción es vital, pero también implica que el público no acepta cualquier cosa, y como viene se va. O sea, podrían ver el programa la primera vez producto de la expectativa creada por la promoción y la curiosidad de lo nuevo, pero si no empatizamos con el receptor, si no se produce ese enganche inicial, no tendremos una segunda vez para producir una buena impresión y entonces jamás regresarán a sintonizar el espacio.

Otro ejemplo del 'efecto champán' son esos programas que dan el todo por el todo en producción, subiendo muy alto en las primeras semanas para luego bajar, bajar y bajar hasta desaparecer.

Así que ya lo saben en la carrera de productor no debemos apresurarnos a celebrar antes de tiempo, debemos cuidarnos del efecto champán.

12

LA VERDAD ES QUE 'NO HAY ATAJS PARA EL ÉXITO EN LA TELEVISIÓN...HAY QUE GUAYAR LA YUCA'



Las grandes figuras de ayer y hoy de nuestra televisión no llegaron fácilmente a ser estrellas. Antes Freddy Beras Goico, Rafael Corporán, Luisito Martí, ahora Milagros German, Nuria Piera, María Asela Álvarez, Jochi Santos, Frederick, Michel Miguel, Jatna Tavarez, Iván Ruiz, Luz García, todos han pasado las pruebas que se premian con el éxito.

Por eso, tú no puedes pretender de la nada convertirte en la gran estrella de la televisión sin antes pulirte y perfeccionarte. Hay que ir dándolo todo día a día, semana tras semana y mes a mes, con paciencia y tesón.

Gente de la nueva generación como Yubelkis Peralta, Yelitza Lora, Caroline Aquino, Isaura Taveras, han tenido que esforzarse previamente al máximo para llegar a donde han llegado.

El mensaje es que los que pretenden llegar en el mundo de la televisión deben ir quemando etapas, subir escalones uno a uno, tener una colección de fracasos para que puedan ir mejorando, construyendo una carrera televisiva llena de experiencias que serán clave para mantenerse por años.

Tratar de ser una gran estrella en meses y conseguir el éxito al vapor es de mucho peligro, ya que ese éxito se podría convertir en una especie de estrella fugaz.

Como bien dijo Bill Gates: "Está bien celebrar el éxito, pero es más importante prestar atención a las lecciones del fracaso".

13

ANTES DE LANZAR UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN CÚDATE DEL 'CUENTA CONMIGO'



Muchas cosas he visto que han variado en la televisión desde que inicié siendo muy joven, pero una realidad que se mantiene igual es que siempre me llegan a consultar personas que decidieron montar su programa de televisión porque creyeron en la promesa de personas que al ver el demo o piloto del programa le dijeron 'lanza tu programa de televisión y cuenta conmigo, que te voy a dar apoyo con publicidad de mi negocio o producto'.

Señores, la realidad es que de cada 10 personas que dicen esto solo una o dos cumplen con lo prometido y vienen las excusas para no dar la publicidad prometida.

- Nos vimos obligados a pagar muchos impuestos
 - Las ventas se han desplomado
 - He tenido problema con mis socios
- y otras historias por el estilo que tomarían mucho tiempo enumerarlas.

La enseñanza que esto nos da es que jamás pongas fecha para el inicio de tu programa contando con promesas de futuros patrocinadores. Debes tener todo muy seguro, muy calculado para que no vivas el desagradable momento de iniciar tu programa con solo promociones del canal de televisión donde difundas tu espacio.

Así que ya lo sabes, cuando vayas a lanzar un programa de televisión, cúdate del 'cuenta conmigo'!

DIME CÓMO HARÁS EL PROGRAMA DE TELEVISIÓN Y TE DIRÉ SI FUNCIONARÁ



Desde que el programa está escrito o bocetado ya se puede predecir si el mismo tendrá o no éxito, los más comunes ejemplos para saber que un programa no funcionará son:

- Una escenografía muy pobre y anticuada
- Tema musical aburrido
- Un nombre poco creativo
- No se ha realizado una pre-venta de publicidad
- Está en un horario que no ayuda a generar interés de la gente
- Conductores que no son reconocidos
- Un formato de conversaciones largas y sin apoyo audiovisual

Cuando todos los anteriores factores se combinan solo salvaría al programa que el productor del espacio reconozca lo que sucede, que busque ayuda, asesoría y que rápidamente haga los cambios de lugar para salvar el espacio televisivo del fracaso.

En este aspecto, decimos como Henry Ford que: El único verdadero fracaso es aquel del que no aprendemos nada.

15

BUSCA VARIAS VÍAS DE INGRESOS PARA TU PROGRAMA DE TELEVISIÓN, NUNCA PONGAS TODOS LOS HUEVOS EN UNA SOLA CANASTA.



Hacer que todos los ingresos de tu programa de televisión se basen únicamente en sola fuente de producción de recursos económicos es poner en claro riesgo tu bienestar y el de tu equipo de producción.

Cuando inicies los pasos para tu plan de negocios para ver de cuáles formas tu programa de televisión tendrá los ingresos que posibiliten su supervivencia, nunca pongas todos los huevos en una misma canasta, calculando solo los ingresos de los spots comerciales.

¿Quién te asegura a ti que mañana las cosas no habrán cambiado? Lo que hoy es blanco mañana puede ser negro y lo que mañana es negro pasado mañana puede volver a ser blanco. O sea, que la publicidad de spots de 30 segundos que inicien contigo podrían poco a poco salir y quedar el programa sin comerciales, y, por ende, sin vía de sustento.

Por eso, explora siempre otras oportunidades de ingresos para tu programa como:

- Producción de programas especiales dedicados a instituciones públicas y privadas
- Realización de comerciales de 1 o 2 minutos, sea, infomerciales
- Reportajes especiales a industrias y otros negocios
- Realización de menciones comerciales realizadas por el presentador

Así que ya lo sabes, a la hora de buscar publicidad para tu programa de televisión nunca pongas todos los huevos en una sola canasta.

16

LO IMPORTANTE DE LA CREDIBILIDAD EN LOS PROGRAMAS DE COMENTARIOS Y ENTREVISTAS DE POLÍTICA



Vamos a considerar los factores a tomar en cuenta si se piensa iniciar la producción de un programa de análisis político, de entrevista o de panel como muchos le llaman.

Este tipo de programa depende mucho de la credibilidad que tengan sus conductores y cuando éstos lucen extremadamente tendenciados, entonces la teleaudiencia se va desencantando y buscando otro programa televisivo que muestre más imparcialidad en sus criterios.

La verdad es que en la actualidad muchos programas de análisis noticiosos han evidenciado, sin disimulo, una progresiva pérdida de independencia, donde una cantidad apreciable solo son ecos de otras campanas que se ven desde tempranas horas de la mañana hasta altas horas de la noche, en un festival de quién pueda maquillar mejor las informaciones.

Muchos ignoran que la teleaudiencia ya no se conforma con ver análisis de las noticias acomodados por intereses empresariales, políticos o de otra índole,

ya el televidente opta directamente por cambiar de canal, pues ahora existen más medios que nunca para escuchar y observar el análisis de la actualidad dominicana.

De lo que hablamos es de un problema que no solo abarca a muchos comunicadores televisivos que apoyan al gobierno de turno, sino también a comunicadores que están en la oposición al gobierno, que solo ven lo malo de éste y jamás reconocen algún logro.

Ya lo saben, para hacer un programa de análisis político, la credibilidad es lo que más buscan los televidentes.

Señores y es que como dicen que la credibilidad se gana día a día y se pierde en un minuto, debemos esforzarnos por conservarla como lo más preciado.

17

QUÉ BUENO ES CUANDO LOS PROGRAMAS DE ANÁLISIS DE LA ACTUALIDAD PUEDEN GENERAR SUS PROPIAS NOTICIAS.



Cuando se da una mirada a los programas de análisis de noticias y entrevistas de la actualidad, comprobamos que en los últimos años ha mejorado mucho el aspecto audiovisual, todo lo relacionado a las escenografías, los aspectos gráficos, pero observamos que en la mayoría de éstos casi no existen noticias propias para analizar, lo que hace que muchos de los espacios se parezcan demasiado.

Dicen lo mismo, se centran en los mismos temas, no crean enfoques que se sumerjan en análisis de fondo. Pocos apuestan por generar ellos mismos nuevas informaciones o buscar nuevas notas, partiendo de la primera noticia y se van por el camino más fácil que muchas veces es leer lo que salió en la prensa impresa o en los diarios digitales.

Muchos productores dirán que es un asunto de poco presupuesto para hacerlo pero creemos que es un asunto de poner en práctica la imaginación, el sentido común y el esfuerzo.

Una muestra es que existen muchos programas de análisis de noticias que sí hacen su aporte en el área de generar sus propias noticias y son premiados con buen rating y alta facturación.

YA LO SABEN, CUANDO HAGAN SUS PROGRAMAS DE ANALISIS DE LA ACTUALIDAD NACIONAL, ¡EL EXITO ESTA EN GENERAR SUS PROPIAS NOTICIAS!



LA ENTREVISTA POLÍTICA QUE LOS TELEVIDENTES MERECE VER



La televisión dominicana se ha ampliado mucho en los últimos años en el campo de los programas de entrevistas y comentarios, una muestra de esto es la programación durante 24 horas de estos contenidos con canales como Teleradio América, Cinevisión, Telefuturo, CDN con sus contenidos de noticias y entrevistas, y otros canales.

Por esta razón, muchos desean entrar a la televisión para convertirse en estrellas en el área de las entrevistas a políticos y otras personalidades.

Vamos a ofrecer algunas recomendaciones que podrían servir a los jóvenes que llegan a esa área de la entrevista política y de paso ver si algunas de las orientaciones puedan servir para algunos de los que ya están.

1. Cuando estés realizando la entrevista déjalo hablar... no interrumpas muy a menudo con cosas que no tienen sentido, solo para demostrar tus conocimientos sobre alguna rama, o sea, para llenar tu ego.
2. No te pierdas solo en un listado de preguntas ya preestablecido, porque una respuesta concreta del entrevistado puede llevarte a realizar la gran

pregunta que los televidentes están esperando de ti, cuando eres ese intérprete de las inquietudes de los que están en sus casas, entonces creas un vínculo íntimo con éstos.

3. Debes tratar de que el entrevistado no se vaya por otros temas que no tienen nada que ver con lo que tú y los televidentes desean saber, por eso constantemente debes poner atención en que todo en la entrevista vuelva a su carril.
4. Estar extremadamente muy informado sobre todos los datos del entrevistado es de vital importancia para que la entrevista sea exitosa. Prepara las preguntas, rastrea cualquier información que puedas encontrar sobre tu entrevistado, ve con tu ficha de datos en la mano, para que puedas localizar fácilmente una declaración que te pueda servir en un momento concreto para rebatir una respuesta.
5. Trata de que no se te vea muy complaciente, muy amigo del entrevistado, que los televidentes no sientan que le estás poniendo las preguntas fáciles. Esto ayudará mucho a construir un buen nombre en el área de las entrevistas políticas.

Y estas han sido recomendaciones para las personas que quieren hacer carrera en el terreno de las entrevistas a personalidades en la televisión.



¿ES MALA LA TELEVISIÓN DOMINICANA?



Semanas atrás, un locutor dominicano radicado en Miami cuestionó seriamente la calidad de los programas de la televisión dominicana, se trata de Tony Dandrades.

Primero debo reconocer que Tony ha sido un profesional de la televisión que ha asumido con responsabilidad su trabajo de entrevistador en la cadena Univisión. Pero como a Tony no le ha tocado producir para la televisión dominicana, creo que él por falta de conocimiento e información de ciertas realidades fue que hizo el comentario, vamos a los puntos.

Primero, Tony trabaja para una cadena internacional de televisión que es dueña de los programas, Univisión, la cual cubre los altos costos de producción de los espacios, o sea, esa cadena le paga a los talentos como Tony y los demás, pero la mayoría de los productores de televisión de nuestro país no son empleados de los canales, son ellos los dueños de los espacios y deben hacer magia para cubrir los altos costos de producción.

Segundo, Univisión, Telemundo, Tv Azteca y otras cadenas internacionales de televisión trabajan para que sus producciones se observen en cientos de

lugares en el mundo, este detalle le permite a esas cadenas tener un elevado presupuesto para gastos de producción que facilita lanzar productos de buena calidad. Mientras eso pasa con las anteriores cadenas, en República Dominicana la mayoría de los productores realizan sus espacios con enormes sacrificios.

Tercero, las cadenas internacionales al realizar programas que se ven a nivel global pueden cobrar miles y cientos de miles de dólares por publicidad, lo que trae como resultado que cada programa le genera millones de dólares de beneficios. En cambio en la República Dominicana muy pocos productores pueden decir que cubren sus costos de producción y que reciben amplios beneficios de sus programas, muchos están en el aire por vergüenza a cerrar sus producciones.

Muchos se mantienen del trueque, o sea, de los intercambios que consisten en yo te anuncio y tú me das ropa, fin de semana en resorts, salón de belleza, accesorios, órdenes de compra en tiendas y supermercado, entre otras cosas. Sé de productores de la República Dominicana que para no salir del aire han tenido que hipotecar sus casas y vehículos.

Cuarto, la televisión dominicana no es perfecta así como las cadenas de televisión internacionales tampoco lo son, pero aun así a pesar de carencias financieras, materiales y tecnológicas, tenemos muchos programas que logran un nivel de realización, producción y conducción que nada tienen que envidiar a las grandes cadenas internacionales, y otros productores, a pesar de sus limitaciones económicas, realizan una televisión digna.

Creo que más que criticar, se debe reconocer que una gran mayoría de los que hacen programas se han convertido en una especie de héroes de la televisión, por eso quiero felicitar a mis colegas, con respeto y admiración, por su consagración.

Quinto, la televisión es como una nevera grande: dentro de ésta puedes encontrar salchichón, salami, jamón, chuleta, huevos, leche, camarones, tilapias, langostas, tomates, zanahorias... cada miembro del hogar tiene en

la nevera algo que le gusta, desde los niños, los jóvenes, el papá, la mamá, los abuelos, la empleada doméstica. Así también, dentro de la televisión están los ingredientes que el televidente va seleccionando según sus gustos.

Para muchos ricos una buena televisión es la que tiene determinados contenidos, otras veces para muchos miembros de la clase media la buena televisión es la que presenta otras cosas alejadas de lo que han preferido los ricos, y finalmente, los televidentes que integran la amplia clase popular tienen su valoración de lo que es para ellos una buena o mala televisión.

Por esa razón, los estudios de teleaudiencia de los anunciantes de la República Dominicana toman en cuenta estos gustos a la hora de colocar la publicidad. Es muy común escuchar a miembros de la clase rica o media decir: "no comprendo cómo un programa tan malo tiene tantos anuncios" y la realidad no es que ese programa sea malo, es que no va con el tipo de televisión que a ti te gusta consumir, ya que para ti una buena bachata es la que canta Juan Luis Guerra o Romeo Santos, pero para la mayoría de la gente que ve ese programa de televisión que tú dices, una buena bachata es la que canta Frank Reyes o Anthony Santos.

Observando lo anterior, diría que en la mayoría de los casos, más que programas de televisión malos, existen programas que están elaborados para ciertos gustos y los que no comparten esos gustos entonces lo califican de malos.

Lo que si estamos llamados sí es a luchar para poner freno a determinados contenidos televisivos que atentan contra las buenas costumbres, por ejemplo, ver una presentadora de televisión que en pleno programa le ponga las manos a un artista en su parte íntima o un animador de la televisión que manosee a una mujer en sus partes pudendas, es un terrible ejemplo que podría provocar que niños y jóvenes de todo el país en sus hogares, en su escuela o colegio surja una epidemia de hacer lo mismo.

Un ejemplo es el siguiente video donde a una presentadora se le fue las manos

diciendo que deseaba agarrar un pepino y finalmente agarró el miembro del animador del espacio, aunque de manera muy responsable la dirección de Supercanal prohibió la escena y la misma fue sacada del aire del programa pero una persona con toda la mala intención del mundo tomó el video y lo lanzó a las redes sociales, miren el penoso caso al que hago referencia.

VIDEO: https://www.youtube.com/watch?time_continue=17&v=KfTW5rN2kFs

De lo que sí debemos quejarnos es que el organismo que debe controlar estas cosas que es la Comisión Nacional de Espectáculos Públicos y de Radiofonía, aunque ha tenido a funcionarios con la intención de castigar esta conducta pero el viejo, obsoleto Reglamento 824, que data de la era de Trujillo y que se usaba para coartar la libertad de expresión en una dictadura, debe ser revisado y modernizado para adaptarlo a los tiempos modernos para que así la ley pueda accionar y que todo el que vaya a televisión no actúe como chivo sin ley.

Es bueno aprovechar este caso vergonzoso para que en este país, donde siempre ha sido una mala costumbre que cuando por intereses personales se desea aprobar, modificar o modernizar una ley, se hace esto en semanas al vapor, por eso hacemos un llamado al Congreso Nacional para que se casen con la gloria y den un ejemplo y que rápidamente trabajen en modificar el reglamento 824 para que existan reglas claras y acordes a este tiempo para nuestra televisión.

Debemos recalcar, que salvo algunas excepciones, los dominicanos estamos haciendo una televisión digna, acorde con las limitaciones económicas y con la valentía de muchos que han podido armar estructuras de producción que les permite hacer una televisión de una elevada calidad.

**ASI QUE YA LO SABES TONY DANDRADES, ANTES DE ACABAR CON
NUESTRA TELEVISION VEN PARA ACA A PRODUCIR SIN EL APOYO
DE UNIVISION!**

¿VA A MORIR LA TELEVISIÓN?



Siempre ha sido igual, muchos años atrás cuando salió la radio se dijo que la prensa escrita ya era anticuada, que estaba condenada a desaparecer ya que la radio brindaba la oportunidad de comunicar de inmediato las informaciones que serían historia al otro día cuando salieran los periódicos, pero la prensa escrita siguió manteniendo el interés de la gente. Igual sucedió cuando salió la televisión, todos apostaron a que a la radio le quedaban días ya que la televisión ofrecía la oportunidad de escuchar y ver los acontecimientos. Ahora en la era del Internet y las redes sociales, lo que dicen que va a desaparecer es la televisión.

Para tranquilidad de muchos, les informo que la televisión no va a desaparecer, lo que sucede es que en la actualidad tenemos a una televisión en pleno momento de transición, con todas las consecuencias que ese proceso implica.

Somos protagonistas de ese cambio, cada vez más los contenidos televisivos a nivel internacional se van hacia la televisión por demanda, es decir, a aquellas plataformas cuyos contenidos pueden ser consumidos en cualquier momento del día, donde la plataforma rey se llama ahora NETFLIX. Lo que está pasando con la televisión es que se está poniendo más interesante, con más variedad en las formas de verla y disfrutarla.

Sin embargo, con la existencia de los contenidos por demanda y segmentación, no es que el actual tipo de televisión desaparezca, sino que tendrá un rol diferente a través de las noticias, acompañando a la gente, mostrando el momento a momento y llevando a la gente lo que va sucediendo en el país.

Eso quiere decir que los productores dominicanos que fortalezcan sus contenidos con la actualidad dominicana, que usen la televisión para los servicios sociales, para compartir los sueños y esperanzas de los televidentes, ese tipo de televisión seguirá compitiendo de tú a tú con la nueva televisión a la carta, con la televisión de los telecables y los llamados enlatados que son las telenovelas, películas y demás audiovisuales que llegan del extranjero y se difunden por nuestros canales locales.

La televisión se diversificará cada vez más y en los próximos minutos vamos a compartir con ustedes toda la modernidad que nos trae la misma.

ENTONCES, ¿CUÁL ES EL FUTURO DE LA TELEVISIÓN?



Diría que una buena parte de la televisión del futuro ya se está comenzando a ver en estos días. La revolución tecnológica nos va llevando a un cambio radical en el que los consumidores tienen mucha mayor libertad de acción y elección.

Los operadores tradicionales ya no dictan dónde y cuándo ver televisión o cuántos episodios de una misma serie tenemos que tragarnos; los contenidos tienen y tendrán una movilidad casi infinita; el diseño de productos se hace y hará para consumo en cualquier plataforma y soporte.

Por eso, en la televisión que viene el público hará más suyos que nunca los programas e incluso podrá cambiar el rumbo de los formatos en tiempo real, favoreciendo un amplio escenario participativo que es jugoso también para los anunciantes.

Poco a poco, la televisión está pasando a ser un servicio multipantalla, totalmente conectado e interactivo, donde los contenidos seguirán siendo

los reyes, aumentando la calidad y proporcionando un visionado más personalizado gracias a la información de BIGDATA. Con toda esta evolución se conseguirá un futuro de la televisión aplicada a los sentidos como puede ser la realidad virtual, realidad aumentada.

Les invito a ver algo maravilloso en este breve VIDEO sobre REALIDAD VIRTUAL Y LA REALIDAD AUMENTADA

VIDEO: <https://www.youtube.com/watch?v=IzAuGa7YKeU>

¡YA ACABAN DE VER POR DONDE VA EL FUTURO DE LA TELEVISION!

22

DICEN QUE EN MUCHAS COSAS EL TAMAÑO NO IMPORTA PERO SÍ IMPORTA, PARA INTERACTUAR CON LA TELEVISIÓN CON LA SEGUNDA PANTALLA



Una investigación que realizó Nielsen al grueso de la población mundial consumidora de vídeo (30.000 encuestados de 60 países) es fundamental para comprender no solo lo que prefiere el usuario, sino también dónde lo consume y en qué dispositivos. De hecho, el 55% de los entrevistados afirman que los audiovisuales son una parte importante en sus vidas.

El resultado de la encuesta sorprende, porque la tendencia global es visualizar los contenidos en pantallas grandes, por lo que el televisor, que parecía desterrado, sigue teniendo más importancia de lo que creemos. El 63% de los entrevistados está de acuerdo con esto, aunque sí es cierto que ha de compartir el momento de ocio con los dispositivos celulares ya que casi seis de cada 10 encuestados globales (59%) ven la programación de video en su smartphone y más de la mitad (53%) en su tableta.

Otra cosa que sorprende es que la moda de tener celulares cada vez más pequeños va cambiando a tener celulares cada vez más grandes ya que gracias al mayor tamaño la gente puede disfrutar mejor de ver televisión y de interactuar en las redes sociales en lo que se llama ahora la segunda pantalla. Por eso, el tamaño de la pantalla sí está importando y así como la gente desea un televisor de pantalla grande para ver mejor los contenidos televisivos, así también ya va buscando cada vez más celulares de pantalla grande para de esta manera ver mejor la televisión por Internet y las redes sociales.

¡YA LO SABEN EN LA SEGUNDA PANTALLA EL TAMAÑO SI IMPORTA!

EL MATRIMONIO INTERNET, REDES SOCIALES Y TELEVISIÓN



Como ya dijimos, cuando Internet comenzó a proliferar, muchos auguraron el fin de la televisión. Las redes sociales aparecieron, y aquello parecía definitivo: la gente estaba más interesada en hacer amigos en la red que en ver las series y los programas en la televisión.

Pero entonces surgieron los smartphones y las tablets y, paradojas del destino, los dispositivos que amenazaban con desaparecer la pantalla de la televisión, se han convertido en sus mejores aliados.

Gracias a la segunda pantalla es, decir, sincronizar tus smartphone o tablet con lo que estás viendo en la televisión, disfrutas de una experiencia más rica que permite participar en redes sociales, ver entrevistas, ganar premios, e incluso chatear en directo con los presentadores e invitados.

Al mismo tiempo, los canales televisivos ganan en fidelidad y repercusión porque sus programas se difunden por las redes sociales, y los espectadores siguen usando Internet, sin alejarlos de la televisión.

YA LO SABEN QUE EL MATRIMONIO DE TELEVISION, INTERNET Y REDES SOCIALES LLENAN DE MODERNIDAD A NUESTRA TELEVISION!



¿CUÁNTO IMPORTA EL PRESENTADOR DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN?



Muchas veces los productores de televisión trabajamos para realizar producciones que no dependan tanto de los presentadores para su éxito, que la producción sea más importante que los presentadores que la llevan a los televidentes, que si llega a faltar esa figura, el programa no tenga que salir del aire y simplemente se hace un cambio de presentador.

Cuando ya parecía que todos estábamos de acuerdo en que la clave siempre está en el formato, en el contenido de la producción, hay programas que nos recuerdan la importancia clave que tiene el presentador para el éxito de un espacio.

Imaginen un Chévere Night sin el carisma de la diva Milagros Germán; imaginen un Pégate y Gana sin el Pachá.

Conclusiones:

- No hay presentador o presentadora de televisión que pueda levantar un programa que esté condenado al fracaso por más carisma que tenga

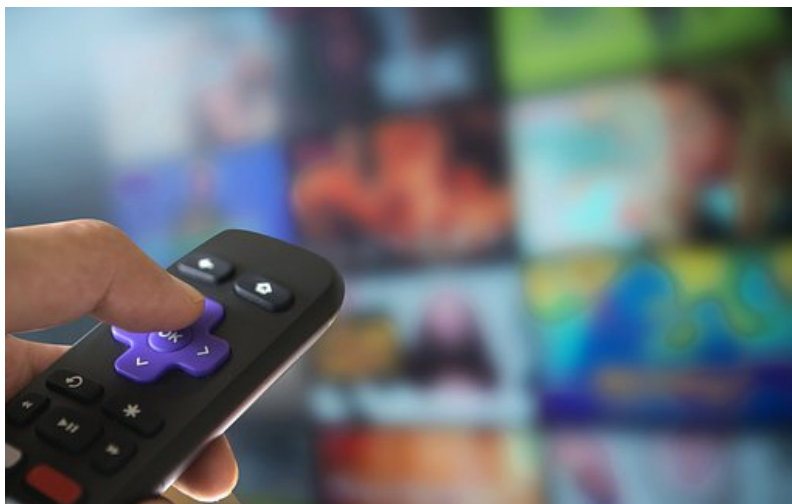
el mismo.

- Cuando un formato está destinado a triunfar, da igual quien lo presente ya que la clave de su éxito está en el formato, en los contenidos y muchas veces en la activa participación de los televidentes.
- Un buen presentador siempre es más garantía de éxito para cualquier programa, ayudará a que la gente mire al principio del programa, ayuda a otorgarle cierta categoría al programa, otras veces los anunciantes se motivan más a invertir cuando saben que el presentador es una figura de carisma.
- Un buen presentador podría ayudar a impedir el fracaso de un programa siempre y cuando la producción no esté en una situación extremadamente crítica como un estado financiero que ya sea imposible de sostener.

**¡YA LO SABEN, TENER UN BUEN PRESENTADOR LE OTORGA CATEGORÍA
AL PROGRAMA!**

25

YO NO VEO TELEVISIÓN LOCAL, LA MAYORÍA DE LAS VECES ES MENTIRA



Muchas personas en el trabajo, en conversaciones en general, aseguran que jamás miran a la televisión dominicana, que solo miran la televisión internacional.

La verdad es que lo que dicen que lo que miran es la televisión por cable tratan de transmitir una postura que parece muy moderna y muy de gente de clase alta, muy de gente educada y selectiva: decir que no ven la televisión piensan que le da más nivel.

Semejante afirmación, creen algunos que te hace quedar muy bien y te sitúa por encima del bien y del mal en materia cultural.

Pero todo es una mentira en la mayoría de los casos, una pose. Muy pocas personas, realmente consiguen no ver televisión. Muchos ven la televisión local a escondidas en la tranquilidad de su habitación.

Otro grupo de personas ignoran que cuando ven desde su celular por Whatsapp, Instagram, Facebook o cualquiera otra red social los videos

virales, de hecho ocurridos en nuestros programas, lo que están haciendo es ver la televisión dominicana en Internet y es que Televisión son todos aquellos contenidos creados para su emisión a través de nuestros canales de televisión. Que los consumamos luego por otras pantallas es algo secundario y que en ningún caso modifica la naturaleza del producto.

Que Internet -y la televisión en internet- no es el futuro sino el presente está claro, pero también es cierto que todavía no tiene la fuerza de penetración suficiente ya que una amplia parte de la población dominicana, en campos y ciudades, todavía no tiene acceso al internet. Es cosa de varios años para que en la República Dominicana la televisión por Internet tenga igual o más fuerza que la televisión abierta, pero cuando esto suceda la gente seguirá viendo televisión pero más por Internet.

**ASI QUE YA SABEN LO QUE SUCEDE EN LA MAYORIA DE LOS CASOS
CUANDO UNA GENTE DICE 'YO NO VEO TELEVISION DOMINICANA'**

26

LA IMPORTANCIA DE LA TENDENCIA DE LOS CANALES DE CABLE CON SABOR DOMINICANO



En estados unidos HBO, MTV, CNN, DISCOVERY CHANNEL, entre otros, son canales de cable, no son televisión abierta como algunos creen, esos canales de cable son los responsables de la especialización de los contenidos televisivos que es la tendencia mundial, o sea, la gente al decidir ver a determinados canales especializados sabe que podrá seleccionar entre películas, música, noticias, documentales, etc.

En la televisión dominicana han llegado con éxito y mucho futuro los canales de cable especializados con el sabor dominicano, una muestra de estos son:

- BAJO TECHO TV, con un contenido de ofertas de bienes raíces, negocios y un toque de variedad.
- CTN que es el canal dominicano que transmite un contenido especializado en turismo.

VTV, un canal de cable dominicano que transmite una programación sobre el mundo de los vehículos.

SEÑALES TV, TELEVIDA, CIELO TV, SEÑAL DE VIDA, estos son canales de cable que están especializados en contenidos religioso.

Esta tendencia de los canales de cable dominicanos especializados está en plena expansión, ahora es que nos falta mucho por ver cómo canales dirigidos solo a salud, niños, seguridad, deportes, mujer, negocios, de cooperativismo, de cursos por televisión, de sociales, entre muchas posibilidades. Cada vez más estos canales especializados en diversas áreas van a lograr el respaldo de los anunciantes, en virtud de que los empresarios necesitan de ofertas televisivas que estén acordes al producto o servicio que poseen.

**YA LO SABEN, LOS CANALES DE CABLE CON SABOR DOMINICANO
TIENEN UN NICHOS MUY, MUY IMPORTANTE QUE CADA VEZ MAS LOS
TELEVIDENTES Y ANUNCIANTES VAN A RESPALDAR**

27

ESTAMOS PREPARADOS PARA INICIAR EL PROCESO DE REALIZAR UNA TELEVISIÓN GLOBAL



En muchos países de Latinoamérica, la industria audiovisual se ha convertido en un importante factor económico y de creación de empleos, llegando la exportación de audiovisuales a contribuir a fortalecer ampliamente la economía de países como México, Brasil, Argentina, Colombia, entre otros que producen para la televisión telenovelas, series y otros especiales audiovisuales.

En República Dominicana tenemos las condiciones para hacer lo mismo. Si comenzamos ese camino en pocos años los titulares de la prensa dominicana podrían decir, que además del turismo, la minería y las zonas francas, también la industria audiovisual dominicana se habrá convertido en un factor importante para el crecimiento de la economía nacional, sí, así como lo hizo años atrás Colombia, país que inició realizando telenovelas mezclando con éxito a los actores colombianos con los venezolanos y mexicanos, para finalmente superar a estos países en calidad en la producción de telenovelas.

Lo que debemos hacer los dominicanos ahora es ir dando los pasos, romper ese caparazón que nos mantiene colocando nuestros programas de televisión, mayormente, en los canales nacionales que se ven en Estados Unidos. Vamos a pensar más en grande, vamos a provocar que la industria audiovisual dominicana sea reconocida y aclamada en países de América Europa y Asia.

Tenemos que abrir las puertas y no dar un paso atrás. Tenemos que ir a los mercados internacionales y para que la creatividad dominicana sea valorada fuera del país, solo se necesita del apoyo gubernamental y de inversionistas que crean en la capacidad de nuestra industria audiovisual.

Señores, si México, Venezuela, Argentina y Colombia han podido, ¡los dominicanos también!

LOS JÓVENES YA NO VEN TELEVISIÓN: UNA GRAN MENTIRA



No creo que sea cierto eso de que los jóvenes ya no ven televisión: la verdad es que la manera de ver la televisión ha cambiado mucho. Los jóvenes ven ahora más los contenidos de la televisión pero por Internet desde sus celulares o computadoras... esa es la gran verdad.

Ahora la televisión se ve en otras pantallas. Cuando los jóvenes ven desde sus celulares vía Whatsapp algunas de las noticias que presentó Cavada, están viendo televisión. Cuando los jóvenes ven desde sus celulares un video de Cachicha que muestra la última 'pela de lengua' que dio El Pachá a un invitado que le falló, están reproduciendo a la televisión. Cuando ven desde su celular un debate encendido ocurrido en la telerealidad que presenta Iván Ruiz en el Show del Medio Día, también están viendo televisión, entonces, me da por preguntar a los jóvenes que están presentes aquí, ven o no ven televisión los jóvenes?

YA SABEN QUE ESO DE QUE LOS JOVENES YA NO VEN TELEVISION ES UNA GRAN MENTIRA!

29

LOS CIUDADANOS SON AHORA PRODUCTORES DE TELEVISIÓN CON CELULAR EN MANOS



Hoy en día, gracias a sus celulares, los ciudadanos se convierten en un medio de comunicación ambulante. Cada persona es un generador de contenidos, son ellos en combinación con las redes sociales quienes están marcando la pauta de las noticias relevantes, y los espacios televisivos que no se hacen cómplices, aliados de ese fenómeno, están llamados a perder el interés de los televidentes, ya que las redes sociales y la televisión componen un juego de doble vía, un matrimonio conveniente para ambos.

Es que lo que vemos en los programas de televisión son contenidos importantes para Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y otros medios sociales. Pero además de esto, la televisión se enriquece cuando toma en cuenta los contenidos que se convierten en virales en las redes.

Este fenómeno que acabamos de mencionar está provocando una democratización de la información y dentro de ese contexto cualquiera de las personas que están aquí podrían en un momento dado tomar con su celular alguna imagen y tener un nivel de incidencia parecido a lo que muchas veces

logran Alicia Ortega, Nuria, Cavada, entre otros, ¿por qué?, pongamos por ejemplo que uno de ustedes logra con su celular la imagen exclusiva del asalto de un banco, lo comparten con un grupo de Whatsapp que tiene 90 personas, todos ellos comienzan a compartir con sus amigos y con los demás grupos de los cuales son miembros.

Luego, las imágenes llegan a los noticiarios del país, y fácilmente, según la noticia ese mismo día ya hasta la cadena internacional de noticia CNN podría estar difundiendo la información que partió de tu celular.

Muchos funcionarios públicos, personalidades y gente común, en general, no se han dado cuenta de que todo ha cambiado, que en la actualidad las cámaras de los celulares son informativos ambulantes.

¡Así que ya lo saben, cualquiera de ustedes con un celular en manos es un productor de televisión en potencia!

30

NO SIEMPRE LO QUE TRIUNFA EN INTERNET TAMBIÉN LO HARÁ EN LA TELEVISIÓN



Los youtubers triunfadores en Internet, muchas veces pueden dar el gran salto y también triunfar en la televisión dominicana pero no siempre sucede así.

Las redes y la televisión tienen códigos, lenguajes y ritmos diferentes, y por eso suelen fracasar muchos intentos de aunar ambos medios.

La televisión no debe querer competir con Internet, sino ofrecer al espectador contenidos que precisamente no puede encontrar en la red.

Alguna gente tiene la visión de que Internet es muy moderno y la televisión está anticuada.

Por eso ésta se empeña en buscar en las redes sociales fórmulas para aumentar el rating y con la intención de verse más juvenil por asociación, ya sea fomentando la interactividad o contratando figuras que han logrado una impresionante cantidad de seguidores en las redes sociales.

A veces las sinergias red-televisión funcionan y otras no son más que intentos de modernidad con malos resultados

¡Ya lo saben, no siempre lo que triunfa en Internet lo hará en la televisión!

31

LA TELEVISIÓN DOMINICANA NECESITA ESTIMULO



La televisión producida en la República Dominicana es una fuente de empleos para miles de personas en todo el país, ya que además de la televisión nacional que sale del Gran Santo Domingo, las provincias y municipios tienen sus propios canales de televisión con programación local que destaca las realidades de esas comunidades. Pero desde hace muchos años, en la mayoría de los casos, nuestra televisión se maneja con dificultades económicas.

Son muchos los programas de televisión que apenas cubren los costos, otros están en el aire por orgullo, otros que solo viven de intercambios comerciales, además, son muchos los proyectos televisivos atractivos que están engavetados sin poder salir al aire por la falta de un apoyo publicitario que cada vez más se muda a los programas llamados enlatados, los cuales llegan del extranjero como las telenovelas, películas, seriales, entre otros.

Por esa razón, en los últimos años profesionales de la televisión han tenido que abandonar el medio para dedicarse a otras labores, siendo ese el motivo de ver con más frecuencia a valiosos técnicos y figuras televisivas como

relacionistas públicos, productores de eventos, corredores inmobiliarios, secretarías, entre otras actividades diversas tomadas como salvavidas, donde se desperdicia talentos, conocimientos y experiencias, dignos de mejor suerte. En otros casos esos profesionales están emigrando hacia el cine local.

En la República Dominicana se necesitan medidas que tengan el efecto de propiciar un aumento en las producciones televisivas protegiendo y estimulando el trabajo creativo de nuestros profesionales de la televisión.

En este sentido, como primera medida proponemos que el gobierno dominicano apoye las producciones de televisión realizadas en todo el país, trasladando el gasto de publicidad gubernamental televisivo exclusivamente hacia los programas locales de televisión.

Nuestra propuesta busca garantizar que el 100% del gasto de publicidad gubernamental dirigido a la industria de la televisión se pague exclusivamente en programas producidos en el territorio dominicano, donde participen por lo menos un 75% de artistas y técnicos criollos.

Y para que esta medida de fortalecimiento de la televisión dominicana no sea aprovechada por ningún gobierno de turno para manejo político, proponemos que se nombre un patronato o comisión de notables que colocarían esa publicidad sin distinción de bandería política.

Se debe tomar en cuenta que un programa de televisión nuevo frecuentemente se toma muchos meses para comenzar a generar publicidad, pero si ya estos salen al aire con el apoyo de la publicidad estatal entonces será una inyección de estímulo y aire fresco que producirá una revolución positiva en las producciones televisivas locales.

Lo anterior sería también una buena oportunidad para que la publicidad estatal proyecte más contenidos que fomenten los mejores valores, temas educativos y culturales, campañas de prevención y otros asuntos de interés que contribuirían a crear mejores ciudadanos para la República Dominicana.

Otro punto que provocaría un mayor avance en nuestra televisión es que la actual ley de cine se convierta en una ley audiovisual que también incluya estímulos fiscales para los empresarios que apoyen a renglones televisivos de marcada calidad y cuyos contenidos aporten a la educación, orientación, prevención y conocimientos.

Esta ley audiovisual sería el más importante incentivo para iniciar lo que antes propusimos con relación a que la televisión dominicana comience la etapa de entrar en la globalización de contenidos televisivos, produciendo para el extranjero telenovelas, series y otros contenidos mercadeables internacionalmente.

Así que ya lo saben los empresarios y el gobierno dominicano: ¡la televisión es un gran negocio que necesita un aliento vital!

**CALLESE, QUE AHORA EL EQUIPO DE LA PRODUCCIÓN DE LA
CHARLA LE DA LA GANA DE SALIRSE DEL GUION...**

PALABRAS FINALES

Finalmente creo que necesitaría un curso de varios meses para decir tantas cosas aprendidas en más de 30 años como productor de televisión, en estas últimas palabras deseo expresar algunas breves inquietudes que pueden ser de gran valor, no solo para los futuros productores de televisión, sino también para cualquier persona, sea cual fuese el trabajo que esté realizando en la actualidad.

Vamos hacernos la idea de que es posible soñar con una televisión creativa, inteligente, divertida, juguetona y fascinante, para eso debemos comprobar que la única clave para conseguir nuestras metas es una suma de esfuerzo y constancia y que más allá de tus habilidades y talentos, sin trabajo, nada, nada se logra!

Por eso, vamos a vivir la experiencia de que estar en la producción de algún programa es un arduo trabajo, tal vez muchas veces no bien retribuido, pero es todo un arte llevar a cabo un programa de televisión y la satisfacción cuando sale todo a la perfección es inimaginable.

He asistido a muchísimas charlas de televisión en Miami, México, Brasil, España y otros países, donde he escuchado los testimonios de productores con 20, 30 y 50 años de experiencia, debo reconocer que esto ha tenido un valor muy apreciable en mi carrera, pero nada se compara con pasar de la teoría a la práctica de todo lo escuchado y aprendido.

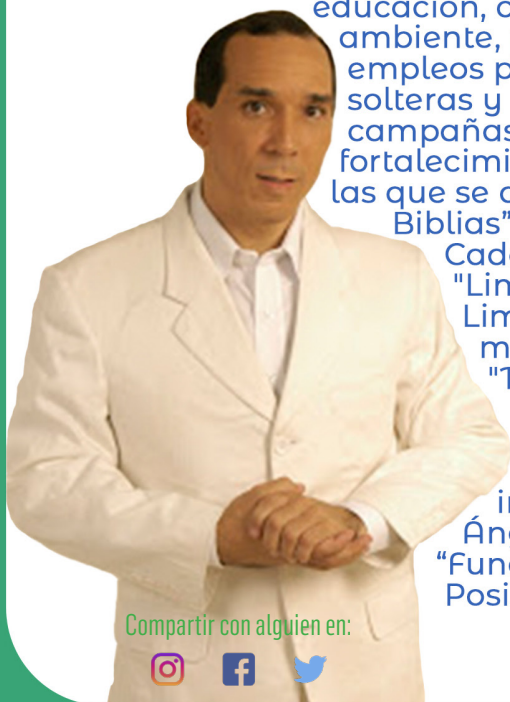
Creo, que el maravilloso futuro de nuestra televisión depende mucho de los estudiantes que están aquí, ya que creen en ella, cuando les toque la producción de un programa aprovechen al máximo todo lo que conecte con la gente para llamar la atención, hasta lo que hagan con una canción muy pegada podría ser lo mejor del programa de ese día

los exhorto a todos a que nunca, jamás, deben dejar de soñar ni de tocar puertas para trabajar y vivir de la maravillosa experiencia que es hacer televisión y cuando ya estén adentro no se desesperen, ni quieran ir muy rápido, suban todos los escalones y háganlo despacito, despacito, pasito a pasito, suave suavecito, despacito...

¡Gracias a Infotep por la invitación, por venir también a tantas personas amigas y a tantos que han creído que sería valioso estar aquí, buenas noches!

Cultura Digital se complace en regalar al mundo este mini libro digital, que tiene expresiones y consejos que ha comunicado el reconocido productor de televisión dominicano, Ángel Puello en más de 30 años como productor televisivo, algo muy valioso de esta obra digital, es que las orientaciones que da Ángel Puello, no solo sirven para los realizadores y productores de radio, televisión, teatro o cine, sino que cualquier persona en sus metas del diario vivir, pueden seguir estas orientaciones, osea que abogados, médicos, políticos, publicistas, empresarios, estudiantes, emprendedores y muchos más, tienen en esta obra un util manual de consulta.

Ángel Puello ha sido propulsor de destacadas iniciativas sociales a través de la "Fundación Todo es Posible", que él preside, que con dicha Fundación ha realizado campañas de salud, educación, cuidado del medio ambiente, promoción de empleos para las madres solteras y los jóvenes, campañas por el fortalecimiento de la fe, entre las que se destacan "Armas por Biblias", "Una Biblia Para Cada Dominicano", "Limpia tu Frente Para Limpiar la Ciudad", "Una mano al anciano", "Todos podemos reciclar", entre otras campañas e iniciativas sociales implementadas por Ángel Puello en su "Fundación Todo es Posible".



Compartir con alguien en:

