



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA ÁCADEMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Análisis del discurso televisivo del programa Telewebbers emitido por Latina en los meses de abril, mayo y junio del año 2017.

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

AUTOR:

JOSE MARTÍN LLANOS ROBLES

ASESORES:

Mg. César Augusto Smith Corrales

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea.

LIMA PERU

2017

JURADO EVALUADOR

FIRMA

FIRMA

FIRMA

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a mis padres quienes me han impulsado para avanzar en todo este camino así como a mi hermana en su apoyo constante, a mis abuelos y tíos que siempre creyeron en mí y a Stephanie quien me dio las fuerzas para continuar. También dedicarle una línea a mis amigos de la Universidad y a los que me animaron siempre. Sin olvidar a Dios y mi abuelo Marcos por darme la bendición desde el inicio.

AGRADECIMIENTOS

A todos mis docentes y profesores que me dieron sus consejos.

A mi asesor Cesar Smith, quien me guio para terminar con éxito esta tesis

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo José Llanos Robles con DNI N° 45307181 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación Escuela de Ciencias de la Comunicación declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

José Llanos Robles

PRESENTACION

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada "Análisis del discurso televisivo del programa Telewebbers emitido por Latina en los meses de abril, mayo y junio del año 2017", la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Ciencias de la Comunicación.

José Llanos Robles

ÍNDICE

CARÁTULA	I
PÁGINAS PRELIMINARES	II
Página del jurado	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Declaratoria de autenticidad	
Presentación	
Índice	
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
I. INTRODUCCIÓN	11
II. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	41
2.1 Aproximación temática: Observaciones, estudios relacionados, preguntas orientadoras	
2.2 Formulación del problema de investigación	
2.3 Justificación	
2.4 Relevancia	
2.5 Contribución	
2.6 Objetivos:	
2.6.1 Objetivo General	
2.6.2 Objetivos Específicos	
2.7 Supuesto	
III: MARCO METODOLÓGICO	46
3.1 Metodología	
3.1.1 Tipo de estudio	
3.1.2 Diseño	
3.2. Escenario de estudio	

3.3. Caracterización de sujetos	
3.4. Trayectoria metodológica	
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	
3.6. Tratamiento de la información: Unidades temáticas, categorización	
3.8 Rigor científico	
3.9 Aspectos éticos	
IV: RESULTADOS	49
4.1. Descripción de resultados	
V. DISCUSIÓN	100
5.1 Aproximación al objeto de estudio	
VI. CONCLUSIONES (Consideraciones finales)	102
VII. RECOMENDACIONES	104
VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	106
ANEXOS	109

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar cómo se presenta el discurso televisivo en el programa Telewebbers entre los meses de Abril, Mayo y Junio del 2017, profundizando en aspectos como la temática, elementos audiovisuales y la narrativa. A partir de estos aspectos se abordan varias características y elementos de los mismos para tener un conocimiento amplio de este fenómeno semiótico. El análisis se realiza a partir de las fichas de observación de los 13 programas elegidos entre los meses anteriormente mencionados para su posterior organización, interpretación, discusión y recomendación. Gracias a esta investigación podemos concluir los elementos del discurso televisivo que se manifiestan en el programa Telewebbers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 son usados de manera correcta para contextualizar y dotar de sentido al programa haciéndolo más interesante. En este sentido es concordante afirmar que todos los recursos audiovisuales y narrativos utilizados fueron para generar un buen producto televisivo. Dentro de ello se encuentra los cambios realizados a partir de la quinta emisión como fue el uso de memes, gifts y emojis de manera continua así como también la relevancia de la voz en off de la mamá de Guillermo dentro del programa.

Palabras clave: Discurso televisivo, Telewebbers, Narrativa, temática y Elementos audiovisuales

ABSTRACT

The objective of this study was to analyze how television discourse is presented in the Telewebers program between the months of April, May and June of 2017, deepening in aspects such as the theme, audiovisual elements and narrative. From these aspects several characteristics and elements of the same are addressed to have a broad knowledge of this semiotic phenomenon. The analysis is made from the observation sheets of the 13 programs chosen between the aforementioned months for their subsequent organization, interpretation, discussion and recommendation. Thanks to this research we can conclude the elements of the televised discourse that are manifested in the Telewebers program broadcast by Latina in the months of April, May and June of the year 2017 are correctly used to contextualize and give meaning to the program. In this sense, it is concordant to affirm that all the audiovisual and narrative resources used were to generate a good television product. Within this is the changes made from the fifth emission as was the use of memes, gifts and emojis continuously as well as the relevance of the voice-over of Guillermo's mother within the program.

Keywords: Television Speech, Telewebers, Narrative, Thematic and Audiovisual Elements.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años el uso del Internet en especial de las redes sociales tales como Facebook, Twitter e Instagram se ha ido incrementando de manera progresiva en el Perú. Según la encuesta Internet y Social Media de Datum en el 2015, se ha intensificado el uso del Internet en un promedio de 4.5 veces por semana y actualmente un 52% de los peruanos accede a Internet. El uso de los dispositivos móviles se ha incrementado en 65% dejando muy atrás a las populares cabinas de Internet. La misma encuesta arroja la principal razón del uso del Internet son las redes sociales, siendo el uso promedio de un peruano de 7 horas a más.

Por otro lado según la Investigación Comportamiento digital del consumidor peruano, de Arellano Marketing (2015) ya el 99% cuenta con una red social siendo el Facebook, Twitter, YouTube y el Whatsapp lo más usados. Con esto podemos afirmar que cada vez las generaciones se han vuelto mucho más tecnológicas hasta el punto de que ahora se podría decir que el niño viene con un celular bajo el brazo.

Y es por eso que la generación actual es conocida como millennials¹ la cual según los sociólogos es la generación del siglo XXI (nacidos entre los 80 y el 2000 y que actualmente tienen entre 15 y 35 años) ya que han crecido inmersos en los tiempos de la revolución tecnológica lo que ha generado el acceso masivo y domestico a la informática. Esto ha generado que se desplace como medio masivo a la televisión lo que ha generado grandes cambios.

La televisión ha tenido que ir cambiando a tal punto de tal manera que las redes sociales (plataforma preferida por los millennials) y el internet se han convertido en su fuente principal para transmitir noticias, entretenimiento y más en tiempo real. Los programas de televisión de cualquier género han

¹ CENTRO DE INNOVACIÓN BBVA(2015), "Generación millennials" Lima-Perú

tenido que modificar su estructura dándole mayor énfasis a lo que se vuelve tendencia en el país ya sean videos, virales, un meme, una publicación en el twitter, o un whatsapp o incluso un estado de Facebook. Lo que ha creado una convergencia de la televisión y el Internet.

Es por eso y ante el incremento del uso de los dispositivos móviles es que en la actualidad en países como Argentina, hay programas de televisión netamente ligado a las redes sociales, el internet y los juegos en red como es el caso del programa #Redes que se transmite por ESPN2 donde se mezcla el deporte con el uso de las redes.²

En el Perú recién este año este formato ha entrado en su “apogeo” siendo reproducido en varios canales de televisión teniendo como sus conductores a famosos youtubers o los que tengan más seguidores en el twitter o facebook.

Por ejemplo en Marzo de este año el popular canal deportivo de cable CMD ingreso en su parrilla televisiva el programa Entrememes, el cual es un programa que utiliza los virales de Internet (los memes) para darle el toque humorístico a los temas deportivos y divertir a su público. La temática consiste en que se propone un tema invitando al público a crear y enviar sus memes acerca del tema que a la vez se brinda información de éste. Cabe señalar que CMD ha ido renovando su parrilla incluso dándole espacio a los videojuegos (tanto en red como en máquina) con su programa “Gammers”

En ese mismo mes Latina presento un ambicioso programa sabatino conocido como Telewebbers conducido por Guillermo Castañeda el cual mezcla los virales, apps, los videojuegos y los retos del Internet en un solo programa. Sus invitados de todas las semanas comparten con el todos los retos (reto Rick Roll o reto Salt Bae entre otros) y comentan acerca de los sucesos en Internet, cabe señalar que sus invitados suelen ser artistas,

² ESPN (2017) “#Redes” Argentina

youtubers peruanos y extranjeros como Gerardo Pe, Werevertomorrow entre otros.

Adicionalmente en el mes de Abril, Latina estreno el programa Hashtag conducido por Guillermo Castañeda y los populares youtubers peruanos Cacash y Franda quienes todos los días a medianoche dan las noticias del día a su manera muy particular usando los hashtag en twitter y los videos como arma para entretener e informar.

En el mes de mayo, Willax Tv presento un nuevo programa conocido como el Pack el cual reúne a conocidos youtubers como Gerardo Pe, Kenro y conocidos rostros juveniles como Antonela Aservi y Luciano Vargas. La temática del programa se basa en las tendencias de las redes sociales, cultura, música y arte dirigido netamente a la generación millennials especialmente a los jóvenes.

El boom de programas donde se promueve el uso de las redes sociales recién comienza por eso es importante conocer los aspectos relevantes y para esto analizaremos el programa Telewebbers de Latina el cual presenta características propias y un formato novedoso, además de ser uno de los primeros programas en aparecer e incentivar la convergencia del Internet con la televisión dándole espacio a los youtubers quienes ahora se han convertido en una pequeña mina de oro , asimismo le ha dado al usuario o televidente la oportunidad de ser el espectador activo y reaccionar o ser partícipe de lo que el mundo del Internet le propone por lo que es importante estudiar su discurso televisivo y cada uno de los elementos de este novedoso programa lo que nos permitirá conocer más acerca de la conexión entre el internet y la televisión.

Son varios estudios los que se relacionan con el tema de interés de la presente investigación:

Uno de los trabajos previos que apoyan nuestro trabajo es el artículo de Torregrosa, Juan Francisco (2010) de la Universidad Católica San Antonio

de Murcia España con el título del libro “El discurso televisivo actual: Características y tendencias” aquí nos explica el tratamiento actual del discurso de la televisión en donde los mensajes suelen ser más cortos y fragmentados para llegar al televidente.

El artículo nos permite tener como referencia de cuáles son las características actuales del discurso televisivo y como éste se ha ido desarrollando a medida de que la televisión ha ido cambiando en el tiempo.

Una mención especial tiene la tesis doctoral “Educación para la competencia televisiva” de José Antonio Aguaded Gómez (España) de 1988 quien describe el discurso televisivo como fundamento semiológico de la televisión.

La tesis nos explica estructura básica del discurso televisivo y cuáles son las características principales que son de la fragmentación y la continuidad.

Otro estudio nos habla sobre la repercusión de las redes sociales en la televisión (medio tradicional) lo que ha generado que un nuevo modo de relacionarse con el televidente y es por eso que nace este programa Telewebbers. Este estudio está titulado “Twitter, la televisión y la audiencia social. ¿Por qué triunfa un espacio en la audiencia social?”(2013) de la Universidad de la Coruña (España) de Ana Gonzales Neira y Natalia Quintas.

El estudio nos ayudó a conocer el impacto que ha tenido las redes sociales en la audiencia y cuáles son las claves por la cual esta ha empezado a triunfar en la televisión.

La tesis de la “La construcción discursiva del espectador en los reality shows: el caso de Gran Hermano del Pacífico” del 2007 de Cabrejos Calienes Cynthia Ingrid de la Pontífice Universidad Católica del Perú quien analiza el discurso televisivo del reality Gran Hermano del Pacífico que se convirtió en un boom en el año 2005 ya que 15 personas de diferentes nacionalidades (Perú, Ecuador, Chile). En este caso Gonzales Requena le atribuye al discurso televisivo dos funciones básicas:

- La Función Sociocomunicativa: la televisión como medio difusor de mensajes que comprenden su programación y definidos y ofrecidos a la audiencia.
- La coherencia textual: el discurso tiene varios fragmentos en cada episodio que están unidos por los segmentos de continuidad (cuñas, entradas, etc)

Esta tesis nos ayudó a conocer como el discurso se presenta en los diferentes programas tengan cualquier género.

Las teorías relacionada a mi investigación son dos, una de ellas es la Agenda setting de Mc Combs y Shaw. Según (Grandio, 2008, p.20) esta teoría define el grado de importancia que se le puede dar a la información que proporciona un mismo medio masivo como que cosa debe ir y cual no. El medio de comunicación es el protagonista de la selección de datos que darán mayor audiencia.

(.)*“La teoría de la Agenda Setting enfatiza la capacidad de los medios para fijar la agenda de los temas públicos. En síntesis, los resultados de la agenda setting van más allá del simple cambio en los niveles de prominencia persona que percibe el público.”*
(Grandio, 2008, pg.21)

Sin embargo, en la actualidad y ante el avance de las comunicaciones y de las redes sociales la agenda setting ha variado y ahora como en este caso del programa Telewebbers que es un programa donde los televidentes han tomado el control del programa llamaremos a este caso la agenda setting invertida.

El termino de agenda setting invertida es tomado también del libro Nuevos Contenidos en Comunicación del 2011 a partir de las EES de la Magister Teresa Piñeiro Otero, en el cual admiten que la *“audiencia activa tiene un papel también en la emergencia de asuntos de interés social por lo que aparece este modelo de proceso invertido de agenda setting en la que el público influye en la agenda de los medios”* es decir que influye en lo que el

programa presenta. (Brosius & Weiman, 1996, p.20)

Un caso de agenda setting invertida es el trending topics como lo explica Álvaro Liuzzi en su blog Segundo Plano quien textualmente dice que:

“desde hace tiempo el Twitter logro posicionarse como el sistema nervioso del Internet, una estructura que le permite a los medios, periodistas y usuarios configurar una sinapsis capaz de conectar informaciones en tiempo real y en todo el mundo... por lo que uno de los resultados esperables de este proceso concluye con la creación de una setting agenda , un agenda invertida en la que al contrario de lo que hemos estudiado durante años , ahora son los usuarios los que posicionan temáticas diversas y de ahí en adelante estás comienzan el recorrido de los medios masivos de comunicación” (Liuzzi,2011,parr.2)

La otra teoría relacionada a mi tema es la de Usos y gratificaciones de Elihu Katz, Jay G.Blumler y Michael Gurevitch. El modelo según el artículo “la teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales” de la Licenciada Fátima Martínez de la Universidad San Pablo – España del 2010:

“es un modelo centrado en la audiencia y que entiende los medios de comunicación e un modo que satisface las necesidades relacionadas con la interacción” En otras palabras esta teoría implica a comprender las funciones del medio para el individuo y para la sociedad. (Martínez, 2010, p.10)

Eso quiere decir que la teoría estudia las necesidades de la audiencia y en ese caso la audiencia en la actualidad encuentra en las redes sociales un espacio donde poder expresarse y por eso los medios masivos de comunicación usan las redes sociales como extensión y asimismo poder llegar también a atender las nuevas necesidades de la audiencia

El mismo artículo nos dice que en las conclusiones de la teoría de usos y gratificaciones se encuentra “relacionada con la interacción social es decir se utilizan los medios de comunicación ya sea para obtener alternativas aceptables a la compañía humana o como base para relacionarse con los demás”³.

La televisión al no poder interactuar directamente como con su consumidor utiliza las redes sociales y el internet para poder acercarse a ese nuevo consumidor que se encuentra ávido de información y es por eso que crea formatos dirigidos a ellos como es el caso de Telewebbers de Latina.

La televisión y el Internet a medida que han pasado los años han ido interrelacionándose de tal manera que ha permitido que ambos medios se reinventen y busquen entre cada uno la mejor manera de hacer muy atractivo al televidente y al que visite los sitios web.

Para Rafael Ahumada Barajas en su artículo “La televisión por Internet: de la convergencia a la mutación” (2013) de la Universidad de Zulia-Venezuela,

“la televisión más que ser absorbida por las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación se aprovechó de estas, lo que resultó en una convergencia tecnológica que permitió tener en un solo aparato el acceso a varios y diferentes mensajes, es decir, un vínculo múltiple con los medios”. (Ahumada, 2013, p.8)

Pero eso no es todo ya que según Ahumada el arribo del Internet está transformando a la televisión como negocio en la producción de contenidos y en la estrategia de comunicación por ello se está pasando de la convergencia a la mutación del medio.(Ahumada,2013,p.8)

La situación no es nueva ya que esta revolución comenzó hace ya varios

³ Martínez Fátima ,(2010) “La teoría de los usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales” España

años sin embargo recién desde el año pasado en la televisión peruana ya el Internet y las redes no son exclusividad de una transmisión de un partido de futbol o vóley o de los noticieros sino incluso han incitado a crear un formato de televisión dedicado solo a lo que sucede en el Internet como es el programa Telewebbers.

Como sabemos la televisión es considerado un medio lineal donde no existe una interactividad real con el público a diferencia del internet y en especial las redes sociales como Twitter, Facebook, YouTube o Instagram quienes han convertido a los usuarios en componentes de una comunidad o una red.

Según la investigación de Cristina Gonzales Oñade del 2008 en su libro “Estrategias de comunicación entre el medio televisivo e Internet: Nuevos aliados, nuevos negocios en la era digital” esto corresponde a una revolución digital lo que ha generado *“una apertura a las nuevas formas de relación social y comunicativa así como nuevos lenguajes y nuevas formas de intercambio e innovaciones a la hora de establecer relaciones sociales”* (Oñade, 2008, pág5)

En otras palabras, esta revolución ha generado cambios no solo tecnológicos sino sociales ya que ahora los jóvenes (conocidos como millenials) se comunica por emoticones, por virales, por videos así como por fotos y comentarios en el twitter o en el Facebook que son entre otras cosas los elementos que utiliza el programa Telewebbers para entretener a sus televidentes y sus respectivos invitados.

Este conexión entre estos dos grandes medio de comunicación ha generado elementos positivos como:

- Transmisión de programas de TV por internet
- Seguimiento de noticias, programas y sucesos en tiempo real por las redes sociales (Twitter, Facebook)
- Uso del Youtube como nexos entre el internet y la televisión.

- Uso del Instagram como medio para generar noticia por fotos publicadas

Este fenómeno viene acompañado por un boom que es la aparición de los “youtubers” a quienes la televisión en los últimos años ha puesto los ojos por su alto grado de seguidores en las redes sociales.

Nuestra variable principal es el discurso televisivo el cual nos ayudará a conocer como este es presentado el programa Telewebbers hacia sus televidentes en sus diferentes elementos.

Antes de hablar específicamente del discurso televisivo, debemos conceptualizar el discurso.

Según Pereira (2004) el discurso está asociado al tema del lenguaje, es decir el uso particular y concreto que lo sujetos hacen libremente de la lengua.

En otras palabras como lo dice el mismo Pereira (2004) el discurso implica una producción simbólica y significa que se genera, produce y se consume en contextos y tiempos concretos, posibilitada por la interacción y interrelación de los sujetos en sus dinámicas socioculturales con los más variados sistemas semióticos, recursos y procedimientos.

Para decirlo más simple el discurso es cuando una persona usa el lenguaje sea hablado, gestual o audiovisual para producir con sus mensaje una intención a uno o muchos destinatarios.

Luego de entender un poco más del discurso pasaremos a definir lo que es el discurso televisivo.

Para Requena en su libro el “Texto Televisivo” (1999, pág.45) propone entender al discurso televisivo como:

“un macro discurso que se configura así como un discurso múltiple constituido de fragmentos de índole muy heterogénea en el que todo

(todos los universos reales de la información de la actualidad, todos los objetos deseables del mercado, todos los universos de la ficción narrativa, todos los espacios, propiamente imaginarios de la televisión) es ofrecido para el deseo de mirar del espectador”

Se puede entender también el discurso como una producción de signos y símbolos que circula en un contexto y tiempo determinado y que permite la interacción entre los seres sociales. Pereira (2008, pág35) en “Claves semióticas de la televisión lo define así:

“El discurso en su acepción socio semiótica más amplia, implica una producción simbólica y significa que genera, circula y se consume en contextos y tiempos concretos, posibilitada por la interacción e interrelación de los sujetos en sus dinámicas socioculturales...”

Por su parte Pereira (2004) configura al discurso de la siguiente manera:

“es el resultado producido por el acto de enunciación televisiva, es decir es el producto de la enunciación que se expresa o materializa en enunciados, los que al expandirse y cohesionarse semióticamente toman el nombre de discurso.(...) lo que equivale a decir que se logran constructos semióticos que solemos llamar textos.(p.38)

Es así que permite analizar el proceso de enunciación y los recursos lingüísticos que utilizan los sujetos para construirse o reconstruir la realidad y determinar al receptor dentro de su discurso televisivo. Para Gonzales Requena:

“El discurso televisivo a través de los diferentes espacios completan la programación de un canal como desde la perspectiva de la organización de estos contenidos nada casual y atendiendo a unos fines específicos, se concluyen la existencia de un discurso dominante en un doble sentido en tanto que domina con ligeras variantes cosméticas en las televisiones del mundo conocido y en

cuanto tiene a someter a su hegemonía el resto de los discursos de nuestra contemporaneidad' (Gonzales Requena ,1999,pág45)

El discurso televisivo suele tener dos objetivos principales:

- Motivar el consumo de los productos que ofrecen ya sea desde el punto comercial (publicidad manifiesta a través de spots y promocionales) ideológico (pensamiento político y social) y conductual (comportamiento), etc. Esto lo podemos apreciar de las unidades discursivas elementales de los programas como son la temática, las estructura entre otros
- Eliminar la sensación de exposición lo que hace posible que la audiencia pase mayor tiempo posible enganchado a la televisión y evitar el zapping.(Gonzales Requena, 1999 pág.119-120)

Los contenidos del discurso televisivo satisfacen objetivos estudiados por el emisor al receptor, una intención influenciadora y al a vez haciendo que el espectador consuma los contenidos a través del medio determinado.

Pues todo discurso televisivo se da dentro de un programa de tv o televisivo el cual pasaremos a definir.

Según Pereira (2004) definimos a un programa televisivo

Texto audiovisual donde se actualiza el discurso televisivo en emisiones delimitadas temporalmente y cuyos contenidos se formalizan y desarrollan en unidades menores o segmentos , marcados –generalmente por la publicidad, con base en condicionamientos y convencionalizaciones forjadas por las rutinas del comportamiento cotidiano de cada comunidad

Según la definición de la RAE temática significa hacer referencia a un tema una gran variedad de temas y asuntos que caracterizan a un hecho o fenómeno. Se denomina también a la temática como un eje central sobre el que se organiza un discurso determinado.

Para Pereira (2004) , es uno de los rasgos que mejor caracterizan al

programa, el elemento referencial que nos conecta con la realidad que se quiere observar, asumir, compartir, etc. Permite por así decirlo satisfacer la necesidad de algún tipo de personas que buscan momentos de ocio o utilidad

Es nos permite saber de qué se va a tratar o en que va consistir como es en este caso el programa de televisión Telewebbers.

Por eso si bien es cierto podemos definir que el programa tiene un temática muy parecida a los programas de entretenimiento como un tipo reality show.

Según el informe Barlovento (2016, pág.45) de España titulado con el nombre “Los Millennials y la Tv: Qué Programas ven y consumen” en la cual hace referencia a los millennials quienes son definidos como “los jóvenes nacidos entre los años 1980 – 1995, es decir aquellos que actualmente tiene entre 21 y 36 años y que corresponden a una generación única caracterizados por la convivencia con la tecnología desde edad temprana” por lo que esta ligo el tipo de temática a la población que lo ve.

El informe de Fundación BBVA (2015) llamado Innovation Center acerca de la Generación Millennials da cuenta de las siguientes características acerca de ellos:

Son 80 millones de personas en EE.UU y 51 en Europa (supondrá el 75% de fuerza laboral en el 2025), además de que son extremadamente sociales y que el 83% duerme con el móvil .Por otro lado son nativos digitales, adictos al móvil y a las aplicaciones móviles, que prefieren el internet a la televisión y es así que utilizan varios canales y dispositivos para sus actividades. Por ello, triplican el consumo de televisión online siendo críticos y exigentes con lo que consumen.

Todas estas características suman para entender la importancia que ahora tiene las redes sociales y el Internet en la vida de este grupo singular y que lleva a redefinir estrategias sobre cómo llegar a este público. Y es por eso que la televisión ha tenido que agarrar mano a herramientas que el da el YouTube, el Facebook y el twitter entre otros teniendo en cuenta que estos prefieren el internet que la televisión y son extremadamente sociales.

Dentro de la temática se encuentra los siguientes contenidos:

El contenido de un programa de televisión son todos los temas que trata un programa de televisión.

Según Gordillo:

la evolución de los contenidos televisivos ha venido determinado tradicionalmente por dos etapas señaladas como paleotelevisión que corresponde a los primeros años de la televisión donde los contenidos eran determinados por los que tenían el poder o que se encontraban en cúspide de la jerarquía política o social. Luego existe otra segunda etapa llamada neotelevisión donde se amplifico los canales de transmisión y por ende una apertura de contenidos en la que todos podían acceder. En este siglo XXI con los cambios y la entrada del Internet los contenidos están relacionados a la hipertelevisión que se refiere a que la producción televisiva encontró canales diferentes para llegar al consumidor como el DVD, los móviles, las páginas del Internet es así que también cambian los contenidos donde predomina las redes y el Internet. (2009, pag.13)

Es por ello que los contenidos encontrados dentro del programa Telewebbers se encuentra mucho de las curiosidades o información que encontramos en la Web.

En varios de los segmentos del programa se utiliza fotos subidas en las redes sociales por los invitados lo cual genera momentos de discusión y risa entre el conductor y los invitados ya que comparten cosas curiosas de

cada uno.

Según Gonzales (2010, pág23) en un artículo “La Fotografía en las redes sociales” para la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, se ha vuelto casi una costumbre subir fotos a las redes sociales (llámese Facebook, Twitter, Instagram, etc) donde la persona desea inmortalizar un momento, anécdota o suceso para que su entorno social lo pueda ver.

Uno de los segmentos del programa Telewebbers es acerca de cómo los invitados utilizan los apps que el programa propone y en base a eso se hace un pequeño prefacio del app, cuáles son sus características y como se hizo tan popular.

Según el Instituto Internacional Español de Marketing Digital (s.f,parr.1) en su página web,considera al App como un programa o software que puede ser instalado en los dispositivos móviles y computadoras para que el usuario realice distintos tipos de tarea.

Según un estudio de Ipsos Perú del 2015 sobre os aplicativos móviles indica que , el 23% de la población en el Perú que es aproximadamente 7 millones de personas cuenta con Smartphone y de los cuales el 93% por ciento cuenta con una aplicación en su celular.

El peruano según este estudio en promedio es un adulto joven de 28 años es soltero y trabaja, prefiere las aplicaciones gratuitas y suele descargar aplicaciones en influencia por referencia de los amigos y familiares. Los apps más comunes en descargar son las de taxis como Uber, Easy Taxi entre otros así como el de Whatsaap. En la actualidad puedes encontrar apps para todos los gustos como los juegos, entretenimiento, finanzas, turismo, redes sociales, entre otros.

Uno de los aplicativos más conocidos y que han tenido gran acogidas son

Pokemon Go y Súper Mario Run.

Según la tesis doctoral de Agnese Sampietro (2016, pág45) con título “Emoticonos y emojis: Análisis de su historia, difusión y uso la comunicación digital actual”, el término emoji deriva del japonés: e (imagen) y moji (carácter). Son pequeños pictogramas en color que se añaden a los intercambios electrónicos en diferentes soportes.

Para Calero Vaquera (2014, pág.31), el uso de los emojis se popularizo en España especialmente gracias a la aplicación de Whatsap, que tiene un teclado de emojis. Los usuarios disponen así de un conjunto predeterminado por lo que no es necesario seguir o escribir un signo o carácter por lo que se hace muy popular.

En la actualidad los emojis aparecen en también en Facebook y otros grandes aplicativos móviles.

Dentro de uno de los segmentos del programa Telewebbers se encuentra el de jugar con los invitados un videojuego donde además se da información y detalles del juego. Según la publicación del artículo de la revista 3 Ciencias de España “Los Videojuegos: Conceptos, historia y su potencial como herramientas para la educación” (2013, pág20) define a los videojuegos como:

“Cualquier forma de software de entretenimiento por la computadora, usando cualquier plataforma electrónica y la participación de uno o varios jugadores en un entorno físico o de red”

Según el mismo artículo nos cuenta que la historia de los videojuegos comienza siendo introducidos desde el 1951 por NIM para la computadora NIMROD siendo los primeros juegos Tennis for Two y Spacewar. Cabe resaltar que 1972 llega Odyssey al mercado del videojuego domestico mientras que Space Invaders se muestra como la piedra angular del

videojuego así es como comienza a aparecer los primeros procesadores de sonido y los chips de memoria. En 1978 Nintendo lanza su primera consola y Atari 400 nace como un ordenador lo que hace que los videojuegos se conviertan en un boom como en la actualidad donde no solo se han innovando juegos sino también las máquinas como el Play 1,2 y 3 así como video juegos en la PC. En la actualidad ya existen juegos sin controles y se puede reproducir con el movimiento del cuerpo. (Revista 3 Ciencias de España, 2013, pág21)

Entre los videojuegos más conocidos se encuentra:

- Súper Mario / Mario Kart
- FIFA
- Tetris
- Pac Man
- Pokemon Go
- Dota
- Crash
- Final Fantasy
- Half Life
- Counter Strike

El Internet trae muchas sorpresas y misterios entre ellos hay un tema particular que cada semana trae cosas inimaginables como son los retos virales en el Internet y que se trabaja masivamente en las redes sociales en especial el Youtube.

Según el artículo “De Lo Viral a lo Vital: Un nuevo challenge para Educación Física” de La Revista Digital de Educación Física (2017) se ha hecho una práctica *“el compartir y el compartir videos en las redes y que se ha creado un fenómeno que hoy conocemos como videos virales”*.

Los video virales según el artículo son grabaciones que no tienen un tema definido (pueden ir de lo banal hasta lo usual pero con modificaciones) pero que pueden lograr de forma masiva tener impactados a millones de

personas y sobretodo que estas personas al verlo lo realicen. (Revista Digital de Educación Física, 2007, pág45)

Ejemplos de video virales hay muchos y para muestra un botón:

- a) #Andyiscoming: El video viral que se dio a conocer en noviembre del 2016 El desafío consiste en imitar la recreación de parte de la película Toy Story en donde los juguetes caen al suelo cuando Andy se acerca o cuando alguien dice "Andy is Coming". Según el artículo este video viral ha llegado a tener más de 80 millones de resultados en el Twitter. (Revista Digital de Educación Física, 2007, pág45)
- b) #ManequinChallenge: Uno de los videos virales más populares de los últimos tiempos. Se dio a conocer en el 2016 donde el desafío consiste en grabar un video con todos los protagonistas inmóviles, como el de una escena congelada como si fuera un maniquí. Se hizo tan conocido el video que políticos, jugadores de fútbol y diferentes personalidades. En el marketing incluso varios videos spots representan este singular reto. Tiene más de 275 millones de vistas en twitter y 4 millones de videos de representaciones. (Revista Digital de Educación Física, 2007, pág45)
- c) #HarlemShake: En el 2013 el cómico Filthy Fark de nacionalidad australiano japonesa es un blogger que dio inició a un video viral que consistía que al ritmo de la frase "Con los terroristas" una personas se movía con un ritmo contagiante mientras las personas a su alrededor se movían de forma natural, pero a los segundos todos utilizaban disfraces o hacían movimientos alocados y bailes descontrolados lo que se convertía en una fiesta. El artículo nos dice que fue uno de los videos más influyentes llegando a tener más de 44 millones de visitas. (Revista Digital de Educación Física, 2007, pág45)
- d) #IcebucketChallenge: Creado en Julio del 2016 este desafío era parte de una campaña para concientizar sobre la enfermedad de la esclerosis y generar donaciones para la asociación. El reto consiste en echarse un balde de agua con hielo en la cabeza y nominar a que otra persona en 24 horas lo pueda realizar sino tendría que hacer una donación. Este video según el diario la Nación de Argentina en su página web, logró que más gente conociera sobre esta enfermedad y se comprometiera a buscar

soluciones así como miles de visitas en Internet.

- e) #Waterbottleflip: Según el portal web de Radio Caracol de Colombia, el desafío de la botella de agua consiste en arrojar una botella parcialmente llena de agua y que esta de una vuelta en el aire, caiga finalmente parada de manera vertical.

Existe retos y videos virales para todos los gustos y que día a día abundan en el Internet lo que hace que el que lo ve lo intente realizar, lo que hace un individuo de la red activo. De eso aprovecha el programa Telewebbers ya que cada semana te trae un reto nuevo que los invitados deben de realizar y así premiar al más creativo.

Las principales fuentes del programa Telewebbers se encuentran definidos dentro de los medios de comunicación masiva que según (Dominguez,2012.p.25) en su libro Medios de Comunicación Masiva , se definen como aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia.

En el libro los medios de comunicación masiva se clasifican de la siguiente manera según Harry Pross, profesor de Universidad Libre de Berlín:

- Medios primarios: Son los que no utilizan ninguna tecnología para su comunicación. Ejemplo: Un profesor dando una clase
- Medios secundarios: Estos requieren del uso de tecnologías por parte del emisor más no del receptor ya que esto lo puede encontrar en la calle. Ejemplo: periódico, revista, etc.
- Medio terciario: Tanto el emisor como el receptor necesitan el uso de la tecnología. Ejemplo: teléfono, televisión, etc
- Medios cuaternarios: Ante el avance de las tecnologías, el científico alemán Manfred Fabelo (1997) agregó esta categoría donde los individuos obtienen la información de las redes (Facebook, Twitter, Youtube) o el Internet (Páginas web, etc)

El programa Telewebers utiliza como fuente principal para la obtención de su información los medios cuaternarios que son su fuente principal o primaria.

Entre las fuentes que tiene el programa son las redes sociales y el internet en especial el Twitter, Youtube entre otros.

Según el boletín virtual de la unidad de Virtualización Académica de la Universidad San Martín de Porres (2009,pág.30) titulado Las Redes Sociales, la red social :

“se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que se comparte una conexión”

En otras palabras es una plataforma donde intercambias fotos, videos o cosas en común con un grupo de personas afines y que son públicas.

Según el artículo de la Revista de la Educación a Distancia de la Universidad Nacional de la Plata (2011) titulado “Un análisis contemporáneo del Twitter” que define el Twitter como “*el servicio online de comunicación como la mensajería instantánea limitado a 140 caracteres donde existe una interactividad entre los usuarios mediante la opción de seguidores*”. A mayor cantidad de seguidores en Twitter mayor conocida la persona y eso hace que sea objeto de seguimiento de algunas empresas que toman en cuenta todo esto para su publicidad.

Mediante el twitter las noticias y los eventos se pueden volver tendencia mediante el uso del hasthag.

El hasthag es definido por el artículo publicado por Juan Antonio Pujante (2013) “La realidad en un #hasthag”:

como una herramienta para etiquetar un tema o un concepto lo que permite que el usuario pueda clasificar sus mensajes y facilitar la búsqueda en Internet creando áreas temáticas a través de una palabra o una cadena de palabras. El uso masivo del hasthag da paso a lo que se le conoce como “trending topic” o tendencia del momento lo que significa que hay millones de personas que están siguiendo el evento o noticia con la cual se creó el hasthag (p.20)

La mayoría de programas de televisión, novelas y series colocan al iniciar su transmisión colocan el hasthag y el nombre del programa acompañado del evento o de una frase por ejemplo:

- Programa Telewebbers : #Telewebbers
- Programa Combate: #CBTunasolafuerza
- Novela Mujercitas: #mujercitasya
- Copa Confederaciones: #CopaConfederaciones2017

Según el artículo de Pujante (2013), el hasthag se va vuelto importante en las redes sociales donde se utilizan por los siguientes motivos:

- Mejora la búsqueda acerca de un tema
- Crea comunidades acerca de un tema
- Permite ahorrar espacio para una mejor comprensión de ideas
- Le añade un valor especial ya que no solo lo vera tu grupo sino todos los demás interesado en el tema

El uso que le da el programa no es solo por el hasthag sino porque mediante esta red le permite conocer sobre las actividades de sus invitados y cuál es la reacción de la gente en tiempo real sobre el programa (comentarios, fotos y más).

Youtube la plataforma de videos más popular del Internet es una de las fuentes y principales del programa ya que permite conocer las actividades que realizan los invitados así como conseguir la información sobre los

videos virales entre otras cosas.

Según la revista Razón y Palabra en su artículo titulado “Youtube como plataforma de la sociedad del espectáculo” (2009) escrito por Dr. Jacob Bañuelos quien define al Youtube:

como el sitio donde cualquiera puede ver y compartir videos originales en todo el mundo a través de la web y también en los dispositivos móviles. El sitio permite ofrecer observar acontecimientos y ser parte de eventos culturales, encontrar videos sobre hobbies o intereses personales. (p.30)

Para Mínguez (2015.pág 14), el Facebook es la red social que actualmente es la más usada con más de un millón de usuarios donde el que accede puede compartir fotos, videos, opiniones en tiempo real y de forma rápida. Esta red social ,que fue creada por Marck Zuckerberg en el 2014 , te permite también la creación de fan page donde se puede promocionar una tienda, un grupo, un cantante o una persona famosa.

Esta red social le permite al programa Telewebers obtener información de los invitados mediante sus fan page o sus actividades.

Conocida como la red de las fotos en los últimos años se ha convertido en un espacio muy usado por los amantes de la fotografía.

Para Minguez,(2015, pág.14) , es una de las redes con mayor crecimiento en los últimos años y que te permite subir fotos y videos con la particularidad de que se puede usar diferentes tipos de filtros además de que te permite etiquetar mediante un hasthag y así todos puede buscar tu foto o video bajo esa etiqueta.

Con más de 150 millones de usuarios esta red permite al programa Telewebers conseguir las fotos de los invitados.

La narrativa es la forma como se cuenta o narra una historia, un texto en medios como la televisión, el cine o el Internet.

Para Garcia (1993, pág13-14), la narrativa es:

todo el conjunto de la obra narrada por un autor en un periodo determinado. Esta referida a la forma de la expresión como el género, técnica o estilo para contar la historia y así que los medios audiovisuales utilizan la narrativa de otros relatos como es el caso de las estructuras narrativas del cine o la TV que se ven influenciadas por la novela y el teatro tanto en el orden como en la secuencia.

Según Castro (2010, pg.24), Las formas narrativas cambian con la evolución de los medios de comunicación y expresión y el uso que hacemos de las nuevas tecnologías. Los cambios se han ido desarrollando a medida de ingreso de nuevas tecnologías lo que ha abierto nuevos canales donde la gente se conecta como son los móviles, los videojuegos entre otros.

Es por eso que la narrativa de ser una lineal “donde es producida para una televisión analógica y donde sí se puede manipular el tiempo y el espacio que permite por el movimiento usar diferentes imágenes y audios “a una narración no lineal donde los medios permitan al usuario conocer una historia más allá de lo convencional y la opción de que los hechos y los personajes puedan ser más interactivos” (Murray, 2003, pág. 236)

Lo principal de todo esto es que la forma como se narra a partir de las nuevas tecnologías lo podemos observar en el programa Telewebbers y este trabajo nos permitirá analizar cómo se presenta.

Dentro del discurso hay maneras de cómo se narra audiovisualmente como son los aspectos implícitos y explícitos.

Como en toda historia o programa todo lo que se ve puedes entenderlo a la primera o con tal solo verlo sino que tienes que ir más allá ya que cada programa o cada historia tienen elementos que no siempre se ven o se entienden.

Según Ruiz, (2014, pág.174) todos los discursos incluyen aspectos implícitos y define lo implícito a todo aquello no dicho explícitamente pero contenido en el mensaje sino que se da a entender a los receptores. En otras palabras se espera que el televidente vea e interprete los mensajes solamente observando los elementos no verbales. Cabe decir que el discurso implícito está incluido y se deriva del discurso explícito y que se apoya en los elementos no verbales (gestos, posición del cuerpo, etc) o el contexto.

En muchos de los pasajes del programa, el conductor y los invitados suelen hacer gestos o movimientos de cuerpo acompañados siempre por una música o un efecto que lo hace gracioso o jocoso.

Según Morales, (2012, parr.1), lo explícito se refiere a todo lo que se expresa claramente y no esconde ningún otro tipo de información por lo que no es necesario ningún tipo de explicación.

Todo lo que podemos observar en el programa como imágenes, fotos y demás van dentro de lo explícito sin tener que elaborar mucho ya que con solo verlo se puede entender el mensaje.

Según Pérez,(s.f, párr.4), consideran al personaje como un elemento de acción pero se le construye como si tuviera una vida propia. Existen para ello diferentes tipos de personajes como son:

El Protagonista o los protagonistas según Pérez, (s.f, p.3) son aquel o aquellos que tienen competencias exclusivas propias de la historia así como

el que aporta mayor cantidad de información y donde gira en torno el eje del programa.

- a) Guillermo Castañeda: Conductor principal del programa y quien dirige cada uno de los retos
- b) Invitados: Participan dentro del programa. Suelen ser en su mayoría gente ligada al arte como teatro, música y otros y así como afanados youtubers quienes brindaran sus experiencias sobre el Internet.

Por otro lado se encuentra los personajes secundarios quienes son los tienen un papel de cierta relevancia dentro de la historia y complementan a los protagonistas.

- c) La mamá de Guillermo Castañeda: Es un personaje secundario que con su sola voz, hace ocurrencias en el programa y da el pase a los invitados y también preguntas sobre cosas del Internet que no conoce.
- d) Tobi: Primo de Guillermo Castañeda, quien busca ser un youtuber famoso y siempre anda buscando la forma de ganar cámara.
- e) Cacash: Dentro de las excursiones Telewebbers acompaña a Guillermo y al Tobi dando siempre su particular estilo.

Según la Secretaria de Educación Pública del Gobierno del Estado de México (2013, párr.3) en su blog define a caracterizar un personaje es determinar los atributos peculiares de cada uno. Eso conlleva conocer las características físicas, psicológicas y sociales.

Cada uno de los personajes del programa tiene características personales que hace especial el programa los cuales también analizaremos este proyecto de investigación

Para poder entender con profundidad la investigación es necesario contextualizar que según la RAE significa el entorno de una situación donde se realiza un hecho.

El contexto donde se desarrolla el programa tiene dos escenarios:

a) El boom de los Youtubers

Los youtubers son definidos por Verónica Pavés Lorenzo y Enrique Lucini Díaz (2005.p.15) en la tesis “Youtubers como parte de la realidad social española” de la Universidad de la Laguna como:

“individuos, en principio anónimos, que desde su casa y sin grandes presupuestos, ganan dinero subiendo vídeos a la plataforma YouTube. En muchos casos, incluso, han llegado a generar una audiencia más grande que muchos canales de televisión”.

Según la investigación hay dos cuestiones fundamentales que diferencian a un Youtubers de otros creadores de contenido en YouTube:

- a) El carácter y lenguaje con el que expresa en sus videos. Ya que estos expresan humor, ingenio y son directos.
- b) Profesionalización del hobby. Se estima que en España viven exclusivamente de los ingresos que perciben por la explotación de sus canales (Moreno, 2014). Ser youtuber termina siendo una profesión.

Muchos autores definen a los Youtubers como un nuevo fenómeno de masas o como los nuevos ídolos del siglo XXI por la cantidad de suscriptores y visitas que manejan (Salces, 2013,p.15)

Pero no solo es por ello que se han vuelto tan famosos sino que han conseguido que grandes marcas busquen a estos Youtubers para promocionar su marca mediante sus redes volviéndoseles minas de oro como es caso de Endemol de España que el año pasado ingresó a su filas a los 4 youtubers más seguidos del momento (Martin –Lunas ,2013). Es así que la televisión le ha dado oportunidad a los youtubers de ser conductores de televisión.

Este último ha generado que en el caso peruano, varios youtubers sean en la

actualidad conductores de programas o participen en secuencias como el Pack de Willax Tv donde de los 5 conductores dos de ellos como Kenro y Gerardo Pe sean youtubers conocidos o también el caso del programa Hashtag que es conducido por Guillermo Castañeda y que cuenta con el apoyo de Franda y el Cacash , youtubers peruanos que cuentan con más de 10000 seguidores , así como también el caso del programa Telewebers que todas las semanas tiene como invitados a Youtubers peruanos y de otros países como el caso de Werevertomorrow quien es un conocido youtuber mundial.

Existe un artículo de Huff Post publicado de julio del 2016 por el destacado periodista español Álvaro Ponzola titula: “Por qué los 'youtubers' están cambiando nuestra forma de consumir televisión” el cual mediante una entrevista a dos colaboradores de El Rubius, el youtuber más popular de Latinoamérica y que cuenta con 19 millones de suscriptores, desnuda como los youtubers están cambiando la forma de consumir televisión. Por un lado comentan que el Youtube es un arma bidireccional y que su éxito depende o fracaso depende del gusto del que lo ve y que con los comentarios o likes (dislikes) pueden ayudarte a mejorar con tus próximas publicaciones cosa que no sucede con la televisión. Por otra parte el artículo nos dice que los youtubers compiten con la televisión lineal y esta se encuentra en decadencia y se tiene que reinventar para hacerse del gusto del televidente quien ha encontrado en el Youtube una nueva forma de entretenimiento.

b) Generación millennials

Una generación conocida como millennials⁴ la cual según los sociólogos es la generación del siglo XXI (nacidos entre los 80 y el 2000 y que actualmente tienen entre 15 y 35 años) ya que han crecido inmersos en los tiempos de la revolución tecnológica lo que ha generado el acceso masivo y domestico a la informática.

⁴ CENTRO DE INNOVACIÓN BBVA(2015), “Generación millennials” Lima-Perú

El espacio donde se realiza el programa es el cuarto del conductor Guillermo Castañeda la cual se encuentra ambientado con diferentes muñecos y figuras de acción, una mesa y tres sillas donde se sienta él y sus invitados.

Todo programa tiene un orden, una estructura que le permita cohesionar todas las secuencias y bloques lo que haga más atractivo el programa.

Según Orza (2002), una secuencia es definida como "una unidad narrativa desarrollada en el marco espacio temporal interno de un programa de televisión". Estas secuencias se manifiestan en bloques que suelen tener siempre un intermedio con la publicidad del canal o del programa.

El programa Telewebers tiene la siguiente estructura

- El programa es transmitido por Latina a las 11 am todos los sábados
- Los invitados suelen ser youtubers, personas conocidas por sus redes sociales o gente de la música, el teatro
- Dentro de su estructura se encuentra las siguientes secuencias como:
 - a) La Arqueología de la Web: Información sobre un viral en Internet que normalmente es el más comentado en esa semana.
 - b) Challenge: El invitado realiza un video con el viral y se vota cual es el mejor.
 - c) Stalkeada: Cada invitado busca fotos o comentarios de las redes sociales del otro (Facebook, Twitter, Youtuber) que genera risa o comentarios jocosos.
 - d) Probando App con los invitados: Los invitados prueban un App propuesto por el conductor.
 - e) Mamá de Guille preguntando: La mamá del conductor se presenta como un personaje quien típico de papá o mamá no sabe mucho sobre las novedades del Internet.
 - f) Trivia de Mamá: A partir de la pregunta de la mamá, se realiza una trivia de preguntas a los invitados
 - g) Emoji Webers: Se realiza a partir de varios emoticons donde los

invitados tienen que adivinar sobre películas, libros y programas de tv (tipo charada)

- h) Random Up: Momento donde sucede cosas extrañas en cualquier momento del programa.
- i) Videojuego con el invitado: Los invitados participan de un videojuego que el conductor propone.
- j) Excursión Telewebers: El conductor del programa hace visita a diferentes lugares donde realizan divertidos retos.

Adicionalmente uno puede conocer también datos relevantes de cada uno de los invitados sobre su vida artística y como se hicieron famosos.

Cada comentario se utiliza fondo de memes o imágenes alusivas al comentario del conductor o de los invitados.

Según Portillo (2005, p.37), los elementos audiovisuales son aquellos que combinan la imagen y el sonido para dar a conocer un mensaje.

La mayoría de los programas de televisión manejan ambos elementos ya que les permite tener la atención del público.

Para Adame (2009, p.4), estos se dividen en:

- a) Elementos Visuales: donde se utilizan imagen y texto
- b) Elementos Acústicos: donde se utiliza el sonido emitido por una grabación o mezclado con efectos especiales.

La banda sonora consiste en el conjunto de músicas que aparecen en un producto televisivo y cine (Universidad Online de Catalunya,sf,p.7)

Existen dentro de cada banda sonora se mezclan 4 elementos importantes como el ruido, el sonido, la música y los silencios siendo los más importantes dentro de la concepción del programa el sonido y la música.

Para Universidad Online de Catalunya (s.f, p7) dentro de la banda sonora existen tres tipos de sonidos:

Sonido Objetivo: Son todos aquellos que forman parte de la acción y que corresponden a la realidad visual. Ejemplos: Pasos, Voces de los actores, entre otros.

Sonido Subjetivo: Son todos aquellos que no son propios de la acción pero complementan creando un determinado clima o situación. Ejemplo: Una persona está viendo una película de terror y suena una música de terror.

Sonidos que no pertenecen a la imagen: Son todos aquellos que no se encuentran en la imagen como la voz en off o la música

Cabe señalar que el éxito del programa Telewebbers se basa mucho en los efectos especiales de sonido como lo define Saitta, 2011, p.87, que se suele llamar así a todos los sonidos u efectos sonoros y que permite crear sonidos que no se pueden encontrar.

Dentro del programa se puede observar distintas imágenes que aparecen ante algún comentario del conductor, de los invitados y que le ponen el colorido al programa.

Según TottemGuard,(2016, parr.1,) el gift es un tipo de formato de imagen que se puede utilizar en los diferentes aplicativos móviles, en redes sociales así como por correo electrónico. Tiene un peso menor al del JPEG y al PNG y por ellos son rápido de enviar.

La novedad es que también permite crear los gift animados que son en realidad una reproducción rápida de varias imágenes consecutivas durante algunos segundos. (TottemGuard, 2016, parr.1)

Los gifts se han vuelto muy popular en las redes ya que permite transmitir rápidamente una emoción o sentimiento de manera rápida.

Dentro del programa se utilizan estos gifts para hacer más divertido los comentarios de los invitados o las del conductor.

Según Arango, 2015, p.3 un meme es una unidad de información cultural que se transmite de un individuo al otro, de una generación a otra. El meme posee un poder descriptivo y explicativo con respecto al desarrollo cultural.

Para que un meme sea exitoso debe tener las siguientes características:

- a) El humor
- b) Imágenes provocativas o poco convencionales
- c) Referencias de la cultura popular (Knobel y Lankshear,2007,p.203)

En la actualidad, los memes son entendidos como cualquier texto, imagen o video con cierto sentido humorístico que es compartido por las redes sociales. (Arango, 2015, p.116).

En casi todos los programas de Telewebers ante un error del conductor o de algún invitado aparecen imágenes de memes.

Según la tesis doctoral de Agnese Sampietro (2016, pág45) con título “Emoticonos y emojis: Análisis de su historia, difusión y uso la comunicación digital actual” , el término emoji deriva del japonés: e (imagen) y moji (carácter). Son pequeños pictogramas en color que se añaden a los intercambios electrónicos en diferentes soportes.

Para Calero Vaquera (2014, pág.31) El uso de los emojis se popularizó en España especialmente gracias a la aplicación de Whatsapp, que tiene un teclado de emojis. Los usuarios disponen así de un conjunto predeterminado por lo que no es necesario seguir o escribir un signo o carácter por lo que se hace muy popular.

En la actualidad los emojis aparecen en también en Facebook y otros grandes aplicativos móviles.

II. Problemas de Investigación

2.1 Aproximación temática

3.1 Problema General

¿De qué manera se manifiesta el discurso televisivo empleado en el programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017?

3.1.1 Problemas Específicos

¿De qué manera se presenta la temática del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017?

¿De qué manera se presenta la narrativa audiovisual del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017?

¿De qué manera se presenta los elementos audiovisuales del programa Telewebers emitido por Latina los meses abril, mayo y junio del año 2017?

3.2 Justificación

Las redes sociales y el Internet se han convertido en un elemento de la ciencias de la comunicación muy interesante y más aún cuando este boom ha llegado a la televisión y ha generado diferentes cambios.

Uno de estos cambios son los formatos en televisión los cuales se han adaptado al movimiento en las redes sociales para así no perder la vigencia y el seguimiento a los televidentes quienes en su mayoría manejan mediante sus dispositivos móviles las redes, es así que nace un nuevo formato conocido como programa millennials y que se reproduce en el discurso televisivo del programa Telewebers.

En los próximos meses este nuevo formato de programa millennials tendrá mucho

más acogida dentro de la televisión nacional ya que es una manera divertida y entretenida que la generación actual ha encontrado en las redes sociales y en el Internet sea con los virales, las tendencias , los retos de pasar el rato.

En los últimos años ha crecido la cantidad de youtubers peruanos y eso es reflejado en que una cierta parte de ellos ahora son conductores de televisión llegando a traspasar la barrera del YouTube y contar sus experiencias dentro de las redes.

La experiencias en las redes va teniendo mayor llegada al público incluso ya se llega a compartir eventos públicos donde se puede conocer las historias de éxitos como el caso de Werevertumorro quien es un youtuber mexicano quien el 06 de mayo de este año se presentó ante el público peruano en el anfiteatro del Parque de la Exposición.

Este trabajo nos permitirá conocer cómo se presenta este nuevo formato que nace de la convergencia entre el internet y la televisión así como sus características principales y su aporte a la televisión peruana ya que nos muestra una vez más que si se puede entretener mostrando cosas únicas y divertidas sin llegar al morbo de los actuales programas de televisión.

El Internet y las redes han atrapado a la generación actual y a la vez este se ha convertido en un arma de doble alcance por un lado entretener y enseñar y por el otro la participación activa en búsqueda de que su entorno sea mejor.

3.3 Relevancia

Este trabajo de investigación es relevante porque aporta nuevas aristas a la convergencia de la televisión y el internet (redes sociales) y como este tiene un impacto real en los nuevos formatos de televisión así como las consecuencias del incremento del boom de youtubers y del uso de las redes sociales. Su relevancia recae en que se estudia el discurso televisivo de uno de los programas pioneros en el tema y que más resalta el uso del internet y las redes sociales buscando así un entretenimiento de manera educativa y didáctica.

3.4 Contribución

La presente tesis contribuye a los docentes y estudiantes de cursos de pregrado de comunicaciones porque les dará mayores herramientas de análisis de como la televisión ha tenido que innovar ante la aparición del Internet y los nuevos formatos de televisión que se vuelven una alternativa de entretenimiento

3.5 Objetivos de Investigación

3.5.1 Objetivo General

Analizar cómo se presenta los elementos del discurso televisivo del programa Telewebbers emitido por Latina en los meses Abril, Mayo y Junio del año 2017

3.5.2 Objetivos Específicos

Analizar de qué manera se presenta la temática del programa Telewebbers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017

Conocer de qué manera se presenta la narrativa audiovisual del programa Telewebbers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017

Conocer de qué manera se presenta los elementos audiovisuales del programa Telewebbers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017

.

3.6 Supuestos

3.6.1 Supuesto General

Los elementos del discurso televisivo que se manifiestan en el programa Telewebbers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 es que utilizan recursos audiovisuales y narrativos para contextualizar y dotar de sentido al programa.

3.6.2 Supuestos Específicos

La temática principal del programa Telewebbers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 está basada en entretener de acuerdo a lo que encontramos en el Internet y en las redes sociales.

La narrativa del programa Telewebbers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 es ágil, variada y maneja varios estilos de lenguaje.

Los elementos audiovisuales del programa Telewebbers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 son permanente cambiados para generar la atención del televidente.

VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición
	“El discurso televisivo se configura así como un discurso múltiple constituido de	El discurso televisivo se configura dentro del programa de televisión teniendo en cuenta la	Temática Narrativa Elementos	Cualitativa Ficha de

<p>Discurso televisivo</p>	<p>fragmentos de índole muy heterogénea en el que todo (todos los universos reales de la información de la actualidad, todos los objetos deseables del mercado, todos los universos de la ficción narrativa, todos los espacios, propiamente imaginarios de la televisión) es ofrecido para el deseo de mirar del espectador.</p>	<p>temática, la estructura, los elementos audiovisuales y la narrativa.</p>	<p>audiovisuales</p>	<p>Observación</p>
-----------------------------------	---	---	----------------------	--------------------

	” Gonzales Requena y Martin Arias “El texto televisivo” (pág. 8)			
--	--	--	--	--

III. Metodología

4.1 Metodología

4.1.1 Enfoque de estudio

El enfoque del trabajo es cualitativo pues (Sampiere, 2010, p.25) nos dice que:

“Los estudios cualitativos buscan obtener información que permitan ser analizadas y comprendidas con la finalidad de responder a las preguntas de la investigación y generar nuevos conocimientos”

4.1.3 Tipo de Estudio

El tipo de estudio es hermenéutico porque a través de una investigación conoceremos según (Sampiere 2010, p.25)

“...la hermenéutica interpreta las formas y los significados sin preguntarse si son verdaderos o no”

4.1.5 Diseño de Investigación

El diseño de la investigación es de Estudio de caso. Para (Sampiere 2010, p.30) este diseño tiene como objetivo indagar las incidencias de las modalidades o niveles de cada una de las variables de la población.

4.1 Escenario de Estudio

El presente trabajo de investigación se desarrolló en base al programa televisivo Telewebbers que se trasmite los días sábados a las 11 a.m. por Latina. El estudio se realizará en Lima - Perú.

4.2 Caracterización de sujetos

VARIABLE	Unidad temática	Unidad sub temática
Discurso Televisivo	Temática	Contenido – Fuentes
	Narrativa Audiovisual	Forma-Personajes- Contexto
	Elementos audiovisuales	Banda Sonora Gráficos

4.3 Plan de análisis o trayectoria metodológica.

El estudio del ANALISIS DEL DISCURSO TELEVISIVO DEL PROGRAMA TELEWEBERS EMITIDO POR LATINA EN LOS MESES DE ABRIL, MAYO Y JUNIO DEL 2017 se realizó haciendo de las fichas de observación que se realizó gracias a la observación del objeto de estudio.

Se realizará el análisis paso a paso cada uno de los programas desde el mes de Abril hasta Junio del 2017 donde se observara todos los detalles al milímetro del programa.

4.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de dato

La técnica utilizada para la investigación es la ficha de observación la cual se utilizará en los meses de Abril, Mayo y Junio de este 2017 lo cual consta de un programa semanal es decir 4 programas al mes siendo en total 13 programas.

Para la validación del instrumento se realiza por la V de Aiken que tiene el 91% lo que determina que el instrumento tiene concordancia con las variables y los indicadores. Fue validado por tres profesores de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

4.5 Tratamiento de la información

Esta investigación tuvo como unidad de análisis el discurso televisivo del programa Telewebbers. Asimismo, presento la unidad temática denominada discurso televisivo, que para su mejor estudio se disgrego en sub unidades de análisis tales como son la temática, narrativa audiovisual y elementos audiovisuales. A su vez, estas subunidades se desmembraron en indicadores tales como lo son: fuentes, personajes, contexto, banda sonora y gráficos. Todo esto se realizó con la finalidad de lograr una mayor comprensión de la unidad de análisis.

4.6 Rigor científico

La presente investigación es confiable ya que se ejecutó cumpliendo con los requerimientos que acreditan su validez. Para ello, se utilizó el coeficiente V de Aiken para medir la validación del instrumento de medición en base al juicio de tres expertos obteniendo como resultado un 91% de validación.

4.7 Aspectos éticos

Los principios que dirigieron esta investigación se basaron en la interpretación del investigador en torno a la ficha de observación respetando la metodología empleada, por lo tanto, no se manipuló la unidad de análisis ni se alteró el proceso de investigación.

Se cumplió con todos los parámetros demandados por la oficina de investigación y se citaron todas las fuentes consultadas, respetando así, la propiedad intelectual

de otros autores. Pongo a disposición de las pruebas que tres expertos validaron mis fichas de observación.

Finalmente, este estudio fue realizado con compromiso y con el objetivo de contribuir al campo de las comunicaciones.

IV. RESULTADOS

Tabla de Observación

Programa Telewebers Ficha nro. 1

Fecha del 01/04/17



Invitados: Joanna Boloña y Chiquiwilo

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

- Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)
- Aplicativos Móviles (Kiss me, Se usa el aplicativo con los invitados)
- Videojuegos (Grand Thief Auto, cada invitado participa del juego)
- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge) El challenge se basa en el Desafío Baila.

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille y TOBI

-Espacio: El cuarto del conductor / Se usa la laptop.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Telewebing, donde se revisa las redes del invitado y los temas que más se presentan.

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisan las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

- **El App con los invitados**: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados
- **Videojuegos**: Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta**: En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Videos del TOBI**

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- **Sonido de fondo**: Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complemente lo que dice el conductor.



TeleWebers 08042017 Programa Completo

Invitados: Manuel Gold, Cynthia la maquilladora y los Covacs.

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

- Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)
- Aplicativos Móviles (HoldtheButton, Se usa el aplicativo con los invitados)
- Videojuegos (Lucha Libre, cada invitado participa del juego)
- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Planking Challenge

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille y TOBI

-Espacio: El cuarto del conductor / Se usa la laptop.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Telewebing, donde se revisa las redes del invitado y los temas que más se presentan.

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisan las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- **Sonido de fondo:** Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- **Memes:** Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- **Gifts Animados:** Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- **Imágenes variadas según comentarios del conductor:** Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complementa lo que dice el conductor.

- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros



Telewebers 15042017 Programa Completo

Invitados: Daniela Camaiora y Ximena Galindo

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

- Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)
- Aplicativos Móviles (Pasa la bomba, Se usa el aplicativo con los invitados)
- Videojuegos (Just Dance, cada invitado participa del juego)
- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Esquina Baja.

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

- Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille y TOBI

- Espacio: El cuarto del conductor / Se usa la laptop.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Telewebing, donde se revisa las redes del invitado y los temas que más se presentan.

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisan las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados.

- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**
- **5 top en las redes:** Los 5 temas más frecuentes de los invitados.

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- **Sonido de fondo:** Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- **Memes:** Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- **Gifts Animados:** Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- **Imágenes variadas según comentarios del conductor:** Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complementa lo que dice el conductor.

Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros



TELEWEBERS 22/04/17 PROGRAMA COMPLETO HD | SABADO 22-04-17

Invitados: Katty What the Chic y Gerardo Pe

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

- Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)
- Aplicativos Móviles (App de Charadas, Se usa el aplicativo con los invitados)
- Videojuegos (No hubo)
- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el No Hands Selfie Challenge

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille y TOBI

-Espacio: El cuarto del conductor / Se usa la laptop.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Telewebing, donde se revisa las redes del invitado y los temas que más se presentan.

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisan las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados.

Videos del TOBI

- **Momento Ramdon**
- **5 top en las redes:** Los 5 temas más frecuentes de los invitados.
- **Edición Intermacional / Werevertomow y Jorge Cremades**

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- **Sonido de fondo:** Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- **Memes:** Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- **Gifts Animados:** Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video

- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complementa lo que dice el conductor.

Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros



TELEWEBERS 29/04/17 PROGRAMA COMPLETO HD | SABADO 29-04-17

Invitados: El Cacash y Manuel Garrido Leca

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

-Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)

Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas.

- Aplicativos Móviles (Picture Random Free, Se usa el aplicativo con los invitados y se da un puntaje al ganador)

- Videojuegos (Mario Kart, cada invitado participa del juego y se da un puntaje al ganador)

- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Andy is Coming.

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille y TOBI

-Espacio: El cuarto del conductor / Ya no se centra la atención en la laptop sino en la actividad que realizan los invitados en un duelo.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia.

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisan las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta:** En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**
- **Emojiweber:** Segmento donde se utiliza los emojis para realizar encontrar nombres de películas, personas entre otras.

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- **Sonido de fondo:** Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complementa lo que dice el conductor.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros

Observación: A partir de esta emisión, se busca enfrentar a los invitados para lograr un ganador y cada segmento les da un puntaje. Así como que le da mucha más presencia al personaje de la Mamá de Guille.



TELEWEBERS 06/05/17 PROGRAMA COMPLETO HD | SABADO 06/05/17

Invitados: El Cholo Mena y Ximena Hoyos

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

-Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)

Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas.

- Aplicativos Móviles (Chicken Scream, Se usa el aplicativo con los invitados y se da un puntaje al ganador)

- Videojuegos (Street Fighter, cada invitado participa del juego y se da un puntaje al ganador)

- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Esquina Baja.

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille y TOBI

-Espacio: El cuarto del conductor / Ya no se centra la atención en la laptop sino en la actividad que realizan los invitados en un duelo.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisa las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta:** En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Trivia de Mama:** A partir de las preguntas de la Mamá de Guille se realiza una trivia.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**

Reto de sin pulgar.

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- **Sonido de fondo:** Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- **Cada bloque tiene su sonido de fondo.**

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complemente lo que dice el conductor.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros

Observación: Se busca enfrentar a los invitados para lograr un ganador y cada segmento les da un puntaje. Así como que le da mucha más presencia al personaje de la Mamá de Guille



TELEWEBERS 13/05/17 PROGRAMA COMPLETO HD | SABADO 13-05-17

Invitados: Jely Reátegui y Bukano

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

-Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)

Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas.

- Aplicativos Móviles (Mimics, Se usa el aplicativo con los invitados y se da un puntaje al ganador)

- Videojuegos (JohanSebastian, cada invitado participa del juego y se da un puntaje al ganador)

- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Salt Bae.

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille y TOBI

-Espacio: El cuarto del conductor / Ya no se centra la atención en la laptop sino en la actividad que realizan los invitados en un duelo.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisa las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta:** En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Trivia de Mama:** A partir de las preguntas de la Mamá de Guille se realiza una trivia.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**
- **Emojiwebers:** Segmento donde se utiliza los emojis para realizar encontrar nombres de películas, personas entre otras.

Excursión Telewebers Realizan una visita a un lugar de entretenimiento en Lima.

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- Sonido de fondo: Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complemente lo que dice el conductor.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros

Observación: Se busca enfrentar a los invitados para lograr un ganador y cada segmento les da un puntaje. Así como que le da mucha más presencia al personaje de la Mamá de Guille



TELEWEBERS 20/05/17 PROGRAMA COMPLETO HD | SABADO 20-05-17

Invitados: Ezra Howard y Patricia Barreto

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

-Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)

Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas.

- Aplicativos Móviles (Red Hand, Se usa el aplicativo con los invitados y se da un puntaje al ganador)

- Videojuegos (Surgen Simulation, cada invitado participa del juego y se da un puntaje al ganador)

- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Running Man

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille y TOBI

-Espacio: El cuarto del conductor / Ya no se centra la atención en la laptop sino en la actividad que realizan los invitados en un duelo.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisa las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta:** En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Trivia de Mama:** A partir de las preguntas de la Mamá de Guille se realiza una trivia.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**
- **Emojwebbers:** Segmento donde se utiliza los emojis para realizar encontrar nombres de películas, personas entre otras.

Edición Internacional : Con Werevertomorrow

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- Sonido de fondo: Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complemente lo que dice el conductor.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros

Observación: Se busca enfrentar a los invitados para lograr un ganador y cada segmento les da un puntaje. Así como que le da mucha más presencia al personaje de la Mamá de Guille



TeleWebers 27 de mayo del 2017 Programa Completo

Invitados: Franco Cabrera y Charlie Parra

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

-Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)

Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas.

- Aplicativos Móviles (Space Team, Se usa el aplicativo con los invitados y se da un puntaje al ganador)

- Videojuegos (Rayman Legends, cada invitado participa del juego y se da un puntaje al ganador)

- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Rick Roll.

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille y TOBI

-Espacio: El cuarto del conductor / Ya no se centra la atención en la laptop sino en la actividad que realizan los invitados en un duelo.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisa las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta:** En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Trivia de Mama:** A partir de las preguntas de la Mamá de Guille se realiza una trivia.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**
- **Emojiwebbers:** Segmento donde se utiliza los emojis para realizar encontrar nombres de películas, personas entre otras.

- **Excursión Telewebbers** Realizan una visita a un lugar de entretenimiento en Lima.

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- Sonido de fondo: Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complementa lo que dice el conductor.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros

Observación: Se busca enfrentar a los invitados para lograr un ganador y cada segmento les da un puntaje. Así como que le da mucha más presencia al personaje de la Mamá de Guille



Telewebers 03 de junio del 2017 Programa completo

Invitados: Ariana Bolo Arce y Emanuel Soriano

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

-Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)

Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas.

- Aplicativos Móviles (King of Ophera , Se usa el aplicativo con los invitados y se da un puntaje al ganador)

- Videojuegos (Rocket League, cada invitado participa del juego y se da un puntaje al ganador)

- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Photobomb

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille –TOBI-El Cacash

-Espacio: El cuarto del conductor / Ya no se centra la atención en la laptop sino en la actividad que realizan los invitados en un duelo.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisa las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta:** En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Trivia de Mama:** A partir de las preguntas de la Mamá de Guille se realiza una trivia.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**
- **Emojiwebbers:** Segmento donde se utiliza los emojis para realizar encontrar nombres de películas, personas entre otras.

- **Excursión Telewebers** Realizan una visita a un lugar de entretenimiento en Lima.

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- Sonido de fondo: Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complementa lo que dice el conductor.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros

Observación: Se busca enfrentar a los invitados para lograr un ganador y cada segmento les da un puntaje. Así como que le da mucha más presencia al personaje de la Mamá de Guille



Telewebers 10 de junio del 2017 Programa Completo

Invitados: Roberto Artigas y Sasha Kaspunovki

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

-Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)

Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas.

- Aplicativos Móviles (Banfui , Se usa el aplicativo con los invitados y se da un puntaje al ganador)

- Videojuegos (Overcooked, cada invitado participa del juego y se da un puntaje al ganador)

- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Haduokening

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

No aparece la mamá de Guille / TOBI

-Espacio: El cuarto del conductor / Ya no se centra la atención en la laptop sino en la actividad que realizan los invitados en un duelo.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisa las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta:** En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Trivia de Mama:** A partir de las preguntas de la Mamá de Guille se realiza una trivia.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**
- **Emojiwebbers:** Segmento donde se utiliza los emojis para realizar encontrar nombres de películas, personas entre otras.

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- Sonido de fondo: Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.
- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complemente lo que dice el conductor.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros

Observación: Se busca enfrentar a los invitados para lograr un ganador y cada segmento les da un puntaje. Así como que le da mucha más presencia al personaje de la Mamá de Guille



Telewebers 19 de junio del 2017 Programa Completo

Invitados: Pancho Cavero, Lucy Weird y el Cacash

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

-Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)

Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas.

- Aplicativos Móviles (SuperMarioRun, Se usa el aplicativo con los invitados y se da un puntaje al ganador)

- Videojuegos (Kung Food, cada invitado participa del juego y se da un puntaje al ganador)

- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el HorseManing

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

No aparece la mamá de Guille / TOBI – El Cacash

-Espacio: El cuarto del conductor / Ya no se centra la atención en la laptop sino en la actividad que realizan los invitados en un duelo.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisa las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta:** En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Trivia de Mama:** A partir de las preguntas de la Mamá de Guille se realiza una trivia.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**
- **Emojiwebbers:** Segmento donde se utiliza los emojis para realizar encontrar nombres de películas, personas entre otras.

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- **Sonido de fondo:** Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.

- Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complemente lo que dice el conductor.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros

Observación: Se busca enfrentar a los invitados para lograr un ganador y cada segmento les da un puntaje. Así como que le da mucha más presencia al personaje de la Mamá de Guille



TeleWebers 24 de junio del 2017 Programa Completo

Invitados: Cindy Diaz y Luis Arredondo

Temática: Dentro del contenido se han encontrado los siguientes aspectos

-Fotos encontrados en la red (Fotos y videos del invitado – Stalkeada)

Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas.

- Aplicativos Móviles – No se realizo

- Videojuegos (Trickytower, cada invitado participa del juego y se da un puntaje al ganador)

- Videos Virales (Se inicia el programa con un video viral de la semana además del video viral que se utiliza en el Challenge). El challenge se basa en el Piso es lava.

Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.

Narrativa: Dentro de la narrativa se han encontrado los siguientes aspectos

-Personajes: El conductor Guillermo Castañeda y los invitados

La mamá de Guille –TOBI-El Cacash

-Espacio: El cuarto del conductor / Ya no se centra la atención en la laptop sino en la actividad que realizan los invitados en un duelo.

-Segmentos:

Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia

Challengue con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados

Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisa las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus actividades.

- **Videojuegos:** Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados.
- **Mamá de Guille pregunta:** En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web.
- **Trivia de Mama:** A partir de las preguntas de la Mamá de Guille se realiza una trivia.
- **Videos del TOBI**
- **Momento Ramdon**
- **Emojwebers:** Segmento donde se utiliza los emojis para realizar encontrar nombres de películas, personas entre otras.
- **Excursión Telewebers** Realizan una visita a un lugar de entretenimiento en Lima.
- **Reto de Baile.**

Elementos audiovisuales: Dentro de los elementos audiovisuales se han encontrado los siguientes aspectos:

- **Sonido de fondo:** Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados.

Cada bloque tiene su sonido de fondo.

Gráficos:

- Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.
- Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video
- Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complemente lo que dice el conductor.
- Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros

Observación: Se busca enfrentar a los invitados para lograr un ganador y cada segmento les da un puntaje. Así como que le da mucha más presencia al personaje de la Mamá de Guille.

<p>En las 4 primeras emisiones del mes de abril (01-08-15-22/04)</p>		
<p>Con respecto a la temática</p>	<p>Contenido: En estas 4 emisiones, dentro de la temática se encuentra relacionada con las fotos encontradas en la red de los invitados así como también las que se encuentra relacionada a los videos virales.</p> <p>Así como también se encuentra el tema de los aplicativos móviles, se han encontrado 4 los cuales son siempre compartidos con los invitados como son :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Kiss Me - Hold the Button - Pasa la bomba - Charadas <p>Con respecto a los videojuegos al igual que los aplicativos se usaron con los invitados.</p> <p>Con respecto a los videos virales,⁸⁷ en estas cuatro emisiones el inicio del programa se inicia con</p>	<p>Fuentes: En las 4 emisiones, las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube.</p> <p>Personajes: Los personajes que aparecieron de manera constante son la mamá del conductor con la cual solo se escucha su voz pero es el enlace del conductor con los invitados. Por otro lado está el TOBI quien es un personaje que desea hacer conocido por sus videos como youtuber.</p> <p>Contexto: El espacio se desarrolla en el cuarto del conductor y se enfoca en la laptop del conductor.</p>
<p>Con respecto a la estructura</p>		

	<p>video viral de la semana.</p> <p>En estas emisiones, no se realizó ninguna temática de emojis.</p> <p>Dentro de los bloques del programa se identifican los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia. - Telewebing, donde se revisa las redes del invitado y los temas que más se presentan. - Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados - Stalkeando: El conductor junto a los invitados revisan las redes de ellos mismos para encontrar fotos o videos de sus 	<p>Además de los personajes, todas las emisiones cuentan con invitados como youtubers peruanos así como personas ligadas a la televisión, teatro o el cine.</p> <p>En dos emisiones aparece un segmento conocido como momento Random donde pueden aparecer personajes disfrazados o la producción lanza objetos a los invitados.</p> <p>Hay también ediciones internacionales con youtubers extranjeros como Werevertomorrow o Jorge Cremades.</p> <p>Dentro de la stalkeada se busca el top 5 de los temas de los invitados.</p>
--	--	---

<p>Con respecto a los elementos audiovisuales</p>	<p>actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados - Videojuegos: Luego de dar las características de un videojuego, este se juega con los invitados. - Mamá de Guille pregunta: En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web. 	
<p>Con respecto a los gráficos</p>	<p>Sonido de fondo: Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados. Cada bloque tiene su sonido de fondo.</p>	<p>Efectos especiales: Aparecen casi siempre para ridiculizar al conductor y a los comentarios que dice el conductor y las ocurrencias de los invitados. Suelen ser usadas las luces, imágenes de dibujos aleatoriamente y están determinados por lo que dice el conductor</p>

	<p>Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.</p> <p>Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video.</p>	<p>Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros.</p> <p>Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complementa lo que dice el conductor.</p>
<p>A partir de la emisión del día 29-04-2017 en adelante</p>		

<p>Con respecto a la temática</p>	<p>Contenido: Las fotos encontradas en la red son buscadas por los invitados y suelen ser buscando cosas graciosas del otro invitado. Se utilizan dentro de la Stalkeada y se pone puntaje al invitado que logre encontrar las fotos más graciosas</p> <p>En el caso de los videojuegos, se explica la historia del juego así como que se hace participar a los invitados y el ganador le da puntaje para tener un ganador cada programa.</p> <p>Fuentes: Las redes sociales de los invitados sirvieron como medio para obtener información no solo con fotos sino con comentarios en sus redes sean en Facebook, Twitter y Instagram además de los videos encontrados en YouTube. También se utilizan las redes del programa como fuente de información</p>	<p>En el caso de los videos virales, suele salir al inicio del programa un video viral sin embargo en dos programas no paso eso. Luego en el bloque de la Arqueología de la Web se explica el video viral de la semana y este es aplicado por los invitados en el bloque del Challenge donde los invitados muestran su video donde aplican el viral. El que muestre el mejor video gana un puntaje.</p> <p>En el caso de los emojis, salvo dos emisiones aparece el segmento de Emojiweber la cual es una constante donde se utiliza como charada es decir que los emojis te permiten conocer el nombre de una película, o de un artista o como parte del segmento de la Mamá de Guille pregunta.</p>
-----------------------------------	--	---

	<p>Personajes: Los personajes que aparecieron de manera constante son la mamá del conductor con la cual solo se escucha su voz pero es el enlace del conductor con los invitados. Por otro lado está el TOBI quien es un personaje que desea hacer conocido por sus videos como youtuber. Cuando aparece el segmento de la Excursión Telewebers aparece el personaje del Cacash quien le da la parte humorística del programa.</p> <p>Contexto: El espacio se desarrolla en el cuarto del conductor y ya no aparece la laptop y se enfoca más en el duelo de los invitados.</p> <p>Dentro de los bloques del programa se identifican los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Arqueología de la Web, quien da una explicación acerca de cómo aparece los videos virales y su historia que luego los invitados presentaran 	<p>Además de los personajes, todas las emisiones cuentan con invitados como youtubers peruanos así como personas ligadas a la televisión, teatro o el cine.</p> <p>Aparece un segmento conocido como momento Random donde pueden aparecer personajes disfrazados o la producción lanza objetos a los invitados.</p>
--	--	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Challenge con el invitado: Todos los virales expuestos en la Arqueología de la Web se realizan junto a los invitados pero en un duelo para saber quién hace mejor el viral que se presenta en la Arqueología de la Web. - Stalkeando: Los invitados presentan fotos o videos que encontraron del otro invitado y es premiado el que encuentra fotos o videos comprometedores o graciosas. - El App con los invitados: Cada programa se da a conocer un App de celular y a la vez se interactúa este con los invitados - Videojuegos: Luego de dar las 	<p>Hay también ediciones internacionales con youtubers extranjeros como Werevertomorrow.</p>
--	--	--

<p>Con respecto a los elementos audiovisuales</p>	<p>características de un videojuego, este se juega con los invitados.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mamá de Guille pregunta: En este segmento se responde las preguntas de la mamá de Guille que están dirigidas a resolver preguntas sobre palabras que se encuentra en la web. A partir de ello se realiza una trivia. - Emojiweber: Segmento donde se utiliza los emojis para realizar encontrar nombres de películas, personas entre otras. <p>Desde el programa del 20-05, se agrega el segmento de Excursión Telewebers donde el conductor junto al Tobi y el Cacash realizan paseos por diferentes lugares de entretenimiento que se encuentran en Lima.</p>	<p>Efectos especiales: Aparecen casi siempre para ridiculizar al conductor y a los comentarios que dice el conductor y las ocurrencias de los invitados. Suelen ser usadas las luces, imágenes de dibujos aleatoriamente y están determinados por lo que dice el conductor</p>
---	--	--

<p>Con respecto a la narrativa</p>	<p>Sonido de fondo: Se hace uso del jingle del programa y está muy supeditado a los comentarios del conductor o de los invitados. Cada bloque tiene su sonido de fondo.</p> <p>Memes: Suele ser usados para ridiculizar los comentarios del conductor, en los bloques cuando se explican los videos virales y cuando se presentan a los invitados.</p> <p>Gifts Animados: Suele aparecer según los comentarios del conductor o el de los invitados. Cuando se muestran los videos virales también aparecen gifts animados referentes al video</p>	<p>Emojis: Aparecen aleatoriamente en cada bloque sea para complementar lo que dice el conductor o para pasar de bloque en bloque. Los más usados son las caritas de pensar, de sorpresa, el de monito entre otros.</p> <p>Imágenes variadas según comentarios del conductor: Suelen ser las encontradas en las redes sociales de los invitados o en la web que complemente lo que dice el conductor.</p>
<p>En el programa del 06-05-17</p>	<p>En este programa ocurrió el reto de los pulgares así como no se dio el bloque Emojiwebers.</p>	

En el programa del 13-05-17	En este programa se dio la primera emisión del bloque de Excursión Telewebbers lo que buscaba visitar lugares en Lima donde uno se puede entretener (Juegos en 3D, de misterio entre otras)	
En el programa del 10-06-17	El personaje de la Mamá de Guille no aparece en este programa.	
En el programa del 17-06-17	El personaje de la Mamá de Guille no aparece en este programa. Aparece el personaje del Chalaco.	
En el programa del 24-06-17	En este programa no se dio el segmento de los Aplicativos móviles.	

Y en resumen de las 13 emisiones:

A partir de las fichas de observación se obtuvo la siguiente descripción e interpretación de los resultados:

Con respecto a la narrativa:

-El programa Telewebers aporta a partir de su estructura, segmentos que permiten una manera diferente de entretenimiento como por el ejemplo el Reto con los invitados lo cual hace que el espectador pueda observar como los participantes intentaron cumplir el reto y toda la dificultad que tuvieron que pasar logrando así que el televidente sea parte del programa. Es así también que parte de los recursos narrativos utilizados se encuentra la voz en off que es interpretada por la mamá de Guillermo lo cual aporta una interacción entre los invitados y el conductor asimismo aporta sentido de algunas preguntas que ella realiza y que apoyan que la narrativa sea ágil y entretenida. La manera de contar el trama del programa parte a través de las preguntas que se tiene sobre las redes, así como también es un vehículo para dar a conocer a nuevas aplicaciones, juegos y virales que permitirán al televidente incrementar su conocimiento y sacarle más provecho al uso que se le da a las redes.

El espectador ha sido convertido en un espectador ideal omnisciente que se encuentra en poder del programa y omnividente por que puede presenciar todo y estar presente en todo los escenarios como si se tratara de un reality y es como el programa Telewebers busca generar esa reacción en el televidente.

Con respecto a los elementos audiovisuales:

Dentro de los recursos audiovisuales utilizados, el programa se encuentra plagado de emoticones, memes y gifts que apoyan cada parte, segmento y video que se emite. Este recurso permite que se pueda tener un lenguaje coloquial, alegre y que pueda llegar a los jóvenes. Con respecto a la banda sonora y la música de fondo usadas, se aprecia que es constante durante todo el programa, es decir que para cada situación jocosas del presentador o de los invitados es ambientada según el momento y la circunstancia. A partir de la quinta emisión del

programa, hubo cambios en el formato del programa tanto en la narrativa como en los recursos audiovisuales. Estos cambios permitieron que sea más atractivo y más dinámico el programa, entre los más resaltantes la desaparición de la laptop que aparecía y que centraba el enfoque en esa imagen, los retos se volvieron más atractivos y los invitados participan de manera más activa.

Con respecto a la temática

Las redes sociales se han convertido en una gran fuente de información para conocer a las personas, incluso los videos virales, las apps y los videojuegos pueden generar reacción en la prensa por lo que esta ha sido utilizado por el programa Telewebers para que esto sea su gancho de atracción a su público y asimismo generar la competencia con sus invitados.

En muchas de las emisiones, un video viral o una foto en el Facebook centraba la atención del programa lo que habla de lo que ahora significa una información dentro de una red social y lo que ahora puede generar.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A partir de los resultados obtenidos a través de la aplicación de la ficha de observación, se encontró que los elementos del discurso televisivo del programa Telewebbers están reforzados estructuralmente mediante un manejo adecuado de los recursos narrativos y audiovisuales ya que según los datos recolectados nos permiten conocer que se trabajó arduamente en mejorar el desarrollo del programa en pro del televidente.

Teniendo en cuenta los resultados, comparando con las el artículo de Torregrosa, Juan Francisco (2010) de la Universidad Católica San Antonio de Murcia España con el título del libro “El discurso televisivo actual: Características y tendencias” se confirma que el discurso se ha tenido que fragmentar de la mejor manera para llegar al televidente cosa que se observa en los resultados. Y es que el programa Telewebbers ha tenido que aplicar de mejor manera sus recursos audiovisuales y narrativos como es el caso de aparición de memes y gifts así como la inclusión de una mejor estructura del programa cosa que Torregrosa pregonaba en su artículo. Según lo encontrado en el artículo de Torregrosa, el discurso televisivo ha ido evolucionando y cambiando para realizar mejoras en lo que el televidente quiere ver, pues esto no fue así al principio ya que el programa no funcionaba de la manera que el discurso se trata en la actualidad. A medida que se comenzó a adaptar el discurso, este fue mucho más entretenido y más fácil de digerir para el televidente.

Por otro lado el estudio “Twitter, la televisión y la audiencia social. ¿Por qué triunfa un espacio en la audiencia social?”(2013) de la Universidad de la Coruña (España) de Ana Gonzales Neira y Natalia Quintas, quien nos ayudó a conocer el impacto que ha tenido las redes sociales en la televisión y cuáles son las claves por la cual esta ha empezado a triunfar, pues contrastando con los resultados obtenidos se confirma que las redes sociales pueden ser un modo de entretenimiento seguro como es el caso del programa, además que el Twitter , el Facebook y el instagram se han convertido en una fuente de información para el entretenimiento , la cual explica muy bien la investigación. Ahora si bien es cierto que las redes sociales son importantes aún estos formatos de convergencia entre

internet y la televisión no terminan de ser completamente digeridos por el televidente peruano el cual aún está en pañales con respecto a lo que sucede en el Internet y las redes.

Y si comparamos, la tesis de la “La construcción discursiva del espectador en los reality shows: el caso de Gran Hermano del Pacífico “del 2007 de Cabrejos Calienes Cynthia Ingrid de la Pontífice Universidad Católica del Perú quien analiza el discurso televisivo del reality Gran Hermano del Pacífico que se convirtió en un boom en el año 2005, pues se asemeja mucho a los resultados obtenidos donde se observa que los elementos del discurso televisivo son importantes para dotar de recursos a cualquier tipo de programa y que los recursos audiovisuales y narrativos usados de la manera correcta permiten a la producción llevar a cabo cambios que permiten que el programa sea más visto. Este discurso se caracteriza como dice Cabrejos en un discurso donde se le otorga al espectador la cualidad de ver y saber todo, es decir un espectador ideal omnisciente y omnividente, el cual empezó a utilizar el programa Telewebbers de la misma manera.

VI. CONCLUSIONES

A partir de la investigación realizada se puede concluir lo siguiente:

1. Los elementos del discurso televisivo que se manifiestan en el programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 son usados de manera correcta para contextualizar y dotar de sentido al programa. En este sentido es concordante afirmar que todos los recursos audiovisuales y narrativos utilizados fueron para generar un buen producto televisivo. Dentro de ello se encuentra los cambios realizados a partir de la quinta emisión como fue el uso de memes, gifts y emojis de manera continua así como también la relevancia de la voz en off de la mamá de Guillermo dentro del programa.
2. Dentro de la temática en la que se encuentra el programa las fuentes principales para que el programa se vuelva interesante y llamativo son las redes sociales como el Facebook, Twitter y el Instagram asimismo los videos virales y los videojuegos los cuales son el arma perfecta para generar la atracción del televidente lo cual se ha ido corroborando a medida del avance de la investigación , sin embargo esta convergencia entre las redes y la televisión aún esto no termina de despegar y está recién empezando.
3. Los recursos audiovisuales que se presentan en modo de gifts, memes y emojis por su sencillez de expresar los momentos del programa y este lenguaje sea captado por el público objetivo que en su mayoría los jóvenes, esto también es apoyado por la banda sonora y la música de fondo los cuales guían cada segmento o bloque y permiten que estos sean plenamente identificados. Los recursos audiovisuales utilizados siempre fueron de acorde a la intención de la escena y siempre cambiaban dependiendo de la narrativa propuesta en cada programa.
4. Con respecto a los recursos narrativos la importancia de recurso de la voz

en off de la mamá de Guillermo quien le da una comunicación más fluida al programa y lo dota de interrelación con los padres quien es el otro público al cual también quiere llegar el programa asimismo la presencia del personaje del Tobi le daba un tono de humor sano que hacia jocoso el programa. El cambio dentro de la formato inicial del programa también permitió una narrativa más ágil, dinámica y que hacia participar más a los invitados por lo que fue fundamental para el realce del programa.

VII.RECOMENDACIONES

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el discurso televisivo del programa Telewebers de Latina y asimismo nos ayudó a determinar la importancia de los elementos del discurso televisivo para dotar de características especiales al programa para ello se recomienda a los creativos de contenido darles más importancia a estos elementos para que en futuras producciones puedan ser utilizados y direccionados de la mejor manera. Se recomienda tomar en cuenta mucho todos los elementos de este programa porque al ser un formato original puede traer nuevas aristas a programas de entretenimiento fuera de los formatos conocidos que en muchos casos promueven tipos de entretenimiento sexistas o que terminan siendo parte de la llamada “televisión basura”

Por otro lado se recomienda también que la temática que promueve el programa con respecto a que hay muchas cosas que aprender sobre las redes, los videojuegos, las apps entre otras herramientas se pueda seguir canalizando con otras alternativas de entretenimiento que ayuden a la difusión y al aprovechamiento de estas. Se recomienda tomar en cuenta cómo ha ido evolucionando el tratamiento de la información obtenida por la redes sociales y como la televisión puede desarrollar alternativas de solución ante el crecimiento del YouTube y los canales digitales.

Asimismo se reconoce que dentro de los recursos narrativos se encuentra la estructura del mismo el cual en un principio no fue el adecuado y que luego se pudo subsanar con los cambios que realizó la producción del programa , por eso se recomienda a los creativos del contenido siempre visualizar rápido los problemas narrativos dentro de la estructura. Se debe buscar hacer formatos ágiles, entretenidos y una buena retroalimentación permitirá encontrar los errores rápidamente y cambiarlos. Además de eso e debe seguir apostando por el recurso de la voz en off que usa el personaje de la mamá de Guillermo porque le de otro dinamismo al programa así también como la presencia del Tobi que le daba un sentido de humor muy sano.

Como se sabe también los efectos especiales, la música de fondo entre otros elementos audiovisuales como el gifts, los memes y los emojis ayudan a la narrativa del programa dándole peso a la escena , dándole sentido a cada situación del conductor y de los invitados asimismo le da vida a cada acción o participación de los invitados en cada uno de los retos propuestos , por eso se recomienda utilizar sonidos pulcros , nuevos y no repetidos y sobretodo tratar siempre de adecuarlos a a la situación en la que se encuentren el conductor y los invitados. Hay que resaltar que a pesar de que se ve improvisado , llama la atención el juego que realiza la edición con el conductor a cada gráfico o elementos audiovisual que se utiliza.

VII.REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ahumada Baraja Rafael (2013)** *“La televisión por Internet: de la convergencia a la mutación”* Universidad de Zulia - Venezuela
- Agnese Sampietri (2016)** *“Emoticons y emojis: Análisis de su historia,difusión y uso”* Universidad de Valencia – España
- Aguaded Gómez J.A (1988)** *“Educación para la competencia televisiva”* España
- Arellano Marketing (2015)** *Investigación Comportamiento digital del consumidor peruano* Lima - Perú
- Barlovento Comunicación (2016)** *“Los millennials y la tv: Qué programas ven y cómo consumen”* España
- Bañuelos Jacob (2009)** *“Youtube como plataforma de la sociedad del espectáculo”* España
- Cabrejos Calienes C. (2007)** *“La construcción discursiva del espectador en los reality shows: el caso de Gran Hermano del Pacífico”* Pontífice Universidad Católica del Perú – Lima
- Calero Vaquera M.L (2014)** *“El discurso del Whatsapp: Entre el Messenger y el sms”* España
- Castro C. (2010)** *“ Narrativas Audiovisuales y tecnologías interactivas”* Revista Estudios Culturales Vol. 3 - N° 5 España
- Centro de Innovación BBVA (2015)** *“Generación millennials”* Lima –Perú
- ESPN (2017)** *“Página web de ESPN: #REDES”* Argentina Página web: <http://www.espn.com.ar/tv/programas/redes/?cc=7586>
- Datum (2015)** *Encuesta Internet y Social Media.* Lima - Perú
- Dominguez Goya (2012)** *Medios de Comunicación Masiva - España*

García Jiménez J. (1993) *Narrativa Audiovisual* .Ediciones Cátedra Madrid 1993, p.13-14

Gonzales Gonzales Juan Carlos (2010) *“La Fotografía en las redes sociales”* Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. España

Gonzales Requena y Martin Arias (1999) *“El texto televisivo”* España

Gordillo Inmaculada (2009) *“La Hipertelevisión: géneros y formatos”* Quito-Ecuador Editorial Ciespal

Grandio Pérez Mar (2008) *“Series para menores.La Realidad que transita la ficción. Análisis de los “Los Simpson”.* Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación Nr.8. España- Murcia

Hernández Sampiere (2010) *Metodología de la investigación* 5ta edición - España

Ipsos Perú (2015) *Informe sobre los aplicativos móviles en el Perú – Lima/Perú*

Instituto Internacional Español de Marketing Digital (2015) Qué son Apps: Definición. Página web: <https://iiemd.com/apps/que-son-apps>

Lucini D.y Páves L. (2005) *“Youtubers como parte de la realidad social española”* Universidad de la Laguna - México

Luizzi Álvaro (2011) *“El twitter y la setting agenda”* .Blog Segundo Plano. España

Martínez Fátima (2010) *“La teoría de usos y gratificaciones aplicada a las redes sociales”* Universidad San Pablo -España

Más Manchón Lluís (2013) *Estructura del discurso televisivo: Hacia una teoría de los géneros.* España

Minguez Minguez Fernando (2015) *“El nuevo espectador social y su influencia en los contenidos televisivos”* Universidad Politécnica de Valencia.

- Oñade Gonzales Cristina (2008)** *“Estrategias de comunicación entre el medio televisivo e Internet: Nuevos aliados, nuevos negocios en la era digital”* España
- Pereiro Valarezo A.(2004)** *“Discurso televisivo y narrativa audiovisual: Perspectivas hermenéuticas de la enunciación”* Universidad Andina Simón Bolívar – Ecuador
- Pereira Valarezos Alberto (2008)** *“Claves semióticas en la televisión”* Quito Universidad Andina Simón Bolívar - Ecuador
- Pujante Mesequer J.A. (2009)** *“La realidad en un #hashtag”* España
- Quintas N. y Gonzales Neira A. (2013)** *“Twitter, la televisión y la audiencia social. ¿Por qué triunfa un espacio en la audiencia social?”* Universidad de la Coruña- España
- Revista 3 Ciencias de España (2013)** *“Los Videojuegos: Conceptos, historia y su potencial como herramientas para la educación”*
- Sotoca O.,Arévalo B, y Álvarez M. (2017)** *“ De los viral a lo vital: Un nuevo #challenge para Educación Física”* Revista Digital de Educación Física
- Torregrosa, Juan Francisco (2010)** *“El discurso televisivo actual: Características y tendencias”* Universidad Católica San Antonio de Murcia España
- Unidad Virtual Académica de la Universidad San Martín de Porres (2009)** *“Redes Sociales”*. Boletín Virtual Nro.8 Lima – Perú
- Universidad Nacional de la Plata (2011)** *“Un análisis contemporáneo del twitter”* – Revista Educación a Distancia

VIII ANEXOS

Matriz de consistencia

Análisis del discurso televisivo del programa Telewebers emitido por Latina en los meses de abril, mayo y junio del año 2017.

Problema GENERAL	Objetivos GENERAL	Supuesto GENERAL	Variable	Unidad de Análisis	Subcategorías	Metodología
¿De qué manera se presenta el discurso televisivo en el programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017?	Analizar de qué manera se presenta el discurso televisivo en el programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017	Los elementos del discurso televisivo que se manifiestan en el programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 es que utilizan recursos audiovisuales y narrativos para contextualizar y	DISCURSO TELEVISIVO “El discurso televisivo se configura así como un discurso múltiple constituido de fragmentos de índole muy heterogénea en el que todo (todos los universos reales de la información	Temática Más Manchón Lluís , Estructura del Discurso Televisivo pag.7	- Contenido - Fuentes	Nivel Hermenéutica
				Narrativa Audiovisual Más Manchón Lluís , Estructura del Discurso Televisivo pag.9		Estructura Contexto

		dotar de sentido al programa.	de la actualidad, todos los objetos deseables del mercado, todos los universos de la ficción narrativa, todos los espacios, propiamente imaginarios de la televisión) es ofrecido para el deseo de mirar del espectador.” Gonzales Requena y Martin Arias “El texto televisivo” (pág. 8)	Elementos audiovisuales Más Manchón Lluís , Estructura del Discurso Televisivo pag.8	Personajes - Formas -Banda sonora -Gráficos	Método Inductivo Diseño Metodológico Estudio de caso Técnica La Observación Instrumento Ficha de observación
Problemas específicos	Objetivos específicos	Supuestos específicos				

<p>¿De qué manera se presenta la temática del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017?</p>	<p>Analizar de qué manera se presenta la temática del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017</p>	<p>La temática principal del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 está basada en entretener de acuerdo a lo que encontramos en el Internet.</p>				
<p>¿De qué manera se presenta la narrativa del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017?</p>	<p>Conocer de qué manera se presenta la narrativa audiovisual del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017</p>	<p>La narrativa del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 es ágil, variada y maneja</p>				

<p>¿De qué manera se presenta los elementos audiovisuales del programa Telewebers emitido por Latina los meses abril, mayo y junio del año 2017?</p>	<p>Analizar de qué manera se presenta los elementos audiovisuales del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017.</p>	<p>varios estilos de lenguaje.</p> <p>Los elementos audiovisuales del programa Telewebers emitido por Latina en los meses abril, mayo y junio del año 2017 es permanentemente cambiada para generar la atención del televidente</p>				
--	---	---	--	--	--	--

Ficha de Observación (Programa Telewebers) Día: _____

Variable	Categorías	Indicadores	Items	SI	NO	Obsevaciones
			Fotos encontrados en la red			
		Contenido	Aplicativos móviles			
			Videojuegos			
	Tématica		Videos Virales			
			Emojis			
			Twitter			
Discurso televisivo		Fuentes	Youtube			
			Facebook			
			Instagram			
			Implicito			
		Forma	Explicito			
	Narrativa					
		Personajes	Características			
		Contexto	Espacio			
	Estructura	Segmentos	Bloques educativos			
			Sonido de fondo			
		Banda sonora	Efectos especiales			
	Elementos audiovisuales					
		Gráficos	Memes			
			Gifts Animados			
			Emojis			
			Imágenes variadas según comentarios del conductor			

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Falconi Vallejos Gerardo MARTIN

Título y/o Grado: Licenciado en Periodismo

Ph. D.....() | Doctor.....() | Magister.....(x) | Licenciado.....() | Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad Jaime Bausate y Mesa y San Juan Bautista

Fecha: 20/09/17

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

ANÁLISIS DEL DISCURSO TELEVISIVO DEL PROGRAMA TELEVISIVO EMITIDO POR LA TELEVISIÓN NACIONAL DE LA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, JUNIO DEL 2017.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: LA VARIABLE ES MUY LARGA, DEBERÍA SER MÁS CORTA.

NOMBRE Y APELLIDOS:


 FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Buiron Arce Lucinda

Título y/o Grado: Licenciada en Comunicación

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....(X) Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad de Lima / UPEL

Fecha: 18/09/2017

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Telewebers, 1. Análisis Del Discurso Televisivo Del Programa
Felicitaciones emitidas por la prensa por los meses de Abril, Mayo y
Junio del 2017

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?		X	Cuidado con conectores
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?		X	Algunos términos técnicos
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

NOMBRE Y APELLIDOS: Lucinda Buiron Arce

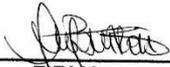

FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: JESÚ A. KUHACORRA LARROSA

Título y/o Grado: PROFESOR DOCTOR EN EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: FAIPE BAWATE Y MEZAR

Fecha: 21.9.17

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

ANÁLISIS EN DIVERSO TELEVISIVO DEL PROGRAMA
TENE WEJEL, EDITOR DEL NATURAL EN LAS MASAS
De Abril, Mayo, Junio del 2017

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		11		

SUGERENCIAS: _____

NOMBRE Y APELLIDOS:

JESÚ A. KUHACORRA LARROSA

FIRMA



Class Portfolio Peer Review My Grades Discussion Calendar

NOW VIEWING: HOME > DESARROLLO DE PROYECTO 2017- II

Welcome to your new class homepage! From the class homepage you can see all your assignments for your class, view additional assignment information, submit your work, and access feedback for your papers. X
Hover on any item in the class homepage for more information.

Class Homepage

This is your class homepage. To submit to an assignment click on the "Submit" button to the right of the assignment name. If the Submit button is grayed out, no submissions can be made to the assignment. If resubmissions are allowed the submit button will read "Resubmit" after you make your first submission to the assignment. To view the paper you have submitted, click the "View" button. Once the assignment's post date has passed, you will also be able to view the feedback left on your paper by clicking the "View" button.

Assignment Inbox: DESARROLLO DE PROYECTO 2017- II			
Info	Dates	Similarity	
DESARROLLO DE PROYECTO 2017- II	Start 14-Nov-2017 9:40PM Due 10-Dec-2017 11:59PM Post 10-Dec-2017 12:00AM	10% ■	Resubmit View Download

