

ANÁLISIS DEL DESARROLLO CONCEPTUAL Y PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA DEL COMITÉ DEFENSOR DEL TELEVIDENTE DE TELEANTIOQUIA “SABER TVER” EN LA TEMPORADA 2023 Y SU PERSPECTIVA EN LA CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIAS TELEVISIVAS CRÍTICAS.

POR: DANIEL F. ÁLVAREZ

Trabajo de grado para optar al título de Comunicador en Lenguajes Audiovisuales

ASESORES

VERÓNICA HEREDIA RUIZ

CÉSAR CARDONA CANO

2024

COMUNICACIÓN Y LENGUAJES AUDIOVISUALES

Universidad de Medellín

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE CONTENIDO.....	2
Resumen.....	4
Abstract.....	4
Palabras clave.....	4
Keywords.....	4
1. TEMA.....	5
2. TÍTULO.....	6
3. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	7
4. OBJETIVOS.....	8
4. 1. Objetivo general.....	8
4. 2. Objetivos específicos.....	8
5. JUSTIFICACIÓN.....	9
6. ANTECEDENTES.....	13
6. 1. Contexto del estudio.....	13
6. 2. Relevancia académica del estudio.....	15
6. 3. Relevancia social y cultural.....	16
6. 4. Contribución al campo de la comunicación y estudios mediáticos.....	18
6. 5. Importancia de la televisión pública en la formación de audiencias críticas.....	20
6. 5. 1. Breve descripción del programa "Saber Tver".....	20
7. MARCO TEÓRICO.....	21
7. 1. Normatividad, televisión nacional y la figura del defensor del televidente...21	21
7. 2. Producción de contenidos televisivos.....	23
7. 3 Definiciones Conceptuales.....	28
7. 3. 1 Definición de términos clave.....	28
7. 4 Teorías de la Comunicación y Medios.....	31
7. 4. 1 Teoría de la Recepción.....	31
7. 4. 2 Teoría de Usos y Gratificaciones.....	38
7. 4. 3 Teoría de la Agenda Setting.....	41
7. 5 Televisión Pública Y Audiencias Críticas.....	43
7. 5. 1 Antecedentes De La Televisión Pública En Colombia.....	43
7. 5. 2 Formación de Audiencias Críticas.....	50
7. 6 Formato, géneros y lenguajes televisivos.....	56
7. 7 Audiencias críticas televisivas.....	62
7. 8 Historia y evolución de Teleantioquia.....	6
7. 8. 1 El papel del Comité Defensor del Televidente.....	69
7. 8. 2 Contexto del programa "Saber Tver".....	70
7. 8. 3 Descripción de la temporada 2023 del programa.....	73
7. 9 Estudios de Caso y Ejemplos Internacionales.....	75
7. 10 Defensores del Televidente en América Latina.....	77

8. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	80
8. 1 Necesidad de estudiar la producción de contenidos.....	81
8. 2 Impacto en la formación de una ciudadanía informada y crítica.....	82
8. 3 Contribuciones esperadas del estudio.....	83
9. MÉTODO.....	84
9. 1 Enfoque metodológico.....	85
9. 2 Técnicas de recolección y análisis de datos.....	89
I. Instrumento de Análisis de los Contenido en Saber Tver Temporada 2023...	90
1. Objetivo:.....	90
1. 1. Preparación del instrumento:.....	92
2. Codificación:.....	94
3. Proceso de codificación:.....	97
4. Análisis de datos:.....	99
5. Revisión y ajustes:.....	100
6. Reporte de resultados:.....	100
7. Impacto esperado y aplicaciones prácticas.....	101
II. Análisis de Contenido en Saber Tver Temporada 2023.....	102
1. Instrumentos.....	103
1. 2. Codificación.....	104
1. 2, 1. Manual de codificación cuantitativo.....	105
1. 2, 2. Manual de codificación cualitativo.....	109
III. Análisis de Datos.....	114
1. Tipo de estudio:.....	114
1. 2. MÉTODO CUANTITATIVO.....	115
1. 3. MÉTODO CUALITATIVO.....	119
4. Revisión y Ajustes.....	126
IV. Reporte de Resultados.....	127
INFORME.....	127
1. Reflexiones sobre televisión pública en Colombia.....	127
2. Interpretación de los contenidos emitidos en Saber Tver, temporada 2023:..	132
3. Impacto académico y educativo.....	145
4. Implicaciones para la programación televisiva y políticas públicas.....	146
5. Beneficios para la comunidad.....	149
6. Conclusión.....	150
ANEXOS.....	153
Instrumentos, tablas categóricas de los capítulos y codificadores de Saber Tver, temporada 2023:.....	153
Entrevistas:.....	153
Documentos, normatividad y constitución del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia:.....	153
REFERENCIAS.....	154

Resumen

Del análisis de la temporada del 2023 del programa perteneciente a la figura del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia, se espera comprender las dinámicas de producción de contenidos en la televisión pública local para así destacar las teorías y los modelos comunicacionales óptimos para realizar contenidos televisivos públicos en el territorio colombiano.

Abstract

From the analysis of the 2023 season of the program belonging to the Audience Ombudsman Committee of Teleantioquia, it is expected to understand the dynamics of content production on local public television in order to highlight the optimal communication theories and models for producing public television content in Colombian territory.

Palabras Clave

Teleantioquia, Comité Defensor del Televidente, Comité Defensor de Audiencias 2023, Teoría de la televisión pública en América latina, Teorías de la comunicación, protocolos de producción de televisión, audiencias críticas y participativas.

Keywords

Teleantioquia, Committee for the Defense of the Viewer, Committee for the Defense of Audiences 2023, theories of public television in Latin America, Communication theories, television production protocols, critical and participatory audiences.

1. Tema

Identificación de los modelos de desarrollo conceptual y el diseño de producción que el programa del Comité Defensor del Televidente del canal regional público Teleantioquia “Saber Tver” empleó en el desarrollo de contenidos para sus audiencias y la finalidad con la cual se transmitió la temporada 2023.

2. Título

Análisis del Desarrollo Conceptual y Producción del Programa del Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia “Saber Tver” en la Temporada 2023 y su Perspectiva en la Construcción de Audiencias Televisivas Críticas.

3. Pregunta de investigación

¿Cómo se han conceptualizado y producido los contenidos del programa Saber Tver del Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia durante la temporada 2023 con el fin de formar audiencias televisivas críticas?

4. Objetivos

4. 1. Objetivo general

- Analizar los modelos de desarrollo conceptual y producción de contenidos en el programa Saber Tver temporada 2023 de Teleantioquia y su relación con la construcción de audiencias críticas, en el marco de la teoría de la televisión pública en América Latina.

4. 2. Objetivos específicos

- Describir las dinámicas de producción de Saber Tver en Teleantioquia durante la temporada 2023, detallando los procesos técnicos y creativos involucrados en la generación de contenidos televisivos.
- Categorizar los temas tratados en el programa Saber Tver temporada 2023, albergados en la plataforma de YouTube en el perfil del Canal Teleantioquia, con el fin de identificar cómo estos temas se alinean con los objetivos de la televisión pública y la formación de audiencias críticas participativas.
- Evaluar cómo influye el Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia en la creación, producción e interacción con las audiencias de los contenidos televisivos de Saber Tver temporada 2023, con el propósito por describir la efectividad de estas estrategias de comunicación en la búsqueda de una promoción de audiencias críticas participativas.

5. Justificación

Este trabajo de grado surge por la necesidad de generar un acercamiento a las dinámicas de producción, abordaje y tratamiento de los contenidos en la televisión pública del país, particularmente en el canal regional Teleantioquia y sus estrategias de *engagement* (González, 2016) en su apuesta por la formación y construcción de audiencias críticas a través del programa Saber Tver, orientado por el Comité Defensor del Televidente del canal.

Se elige este tema por un interés en la mirada de lo público en la televisión y, de forma particular, en la concepción de audiencias entendidas como ciudadanos más que como consumidores. Justamente, esta perspectiva de lo público en la televisión se materializa desde la razón social del canal, las parrillas de programación y los diferentes formatos y contenidos transmitidos, como también desde los puntos de vista de los creadores y en los procesos de identificación, apropiación y reconocimiento de sus teleaudiencias y espectadores (García, 2008). Y es que la televisión pública a nivel social genera un sentido de cotidianidad simbólica para una asimilación óptima de las costumbres y culturas en la pirámide social, lo que la hace necesaria para vivir en armonía como sociedad en constante cambio y desarrollo acortando barreras sociales, fronteras físicas y mentales.

La televisión se posiciona como un medio que da estatus social, incluso al punto de dotarla como una compañía ideal para conocer el mundo y sus diferentes sociedades, sus avances tecnológicos y más importante aún crear comunidades de sentido y ser institución cultural (Rincón, 2001) que transmite las bases y referentes para la construcción de valores de nación y sociedad, orientado hacia una formación ética y moral.

Generar un estudio sobre un medio de comunicación masivo como la televisión se hace pertinente ya que los medios de comunicación son centrales en nuestra vida cotidiana por la capacidad que tienen para ayudarnos a comprender el mundo y porque a través de ellos se elaboran y se comparten significados colectivos (Silverstone, 1994). De hecho, durante el siglo XX, y aún en lo corrido del siglo XXI la televisión ha sido un medio de comunicación relevante porque actualiza las formas de crear y narrar los diferentes mensajes que sirven para que las comunidades puedan identificarse, pensarse, verse e, incluso, puedan producir sus propios relatos (Rincón, 2001).

Teleantioquia es un canal de televisión regional, creado en 1985, siendo el más antiguo de Colombia con esa etiqueta de canal público regional y en donde de forma innovadora y pionera nace en 1995 la figura del Defensor del Televidente (Acuerdo 15, Junta administradora regional. 2016), con el propósito de generar un diálogo con la teleaudiencia en primera instancia, respecto a los contenidos emitidos en las franjas de noticias y luego acogiendo lo referente a toda la parrilla de programación televisiva del canal.

Así, en las últimas tres décadas se ha conformado un Comité Defensor del Televidente que está proyectado como un mecanismo de participación de las teleaudiencias y como figura veedora hacia los contenidos generados por el canal, instaurado por la junta administrativa del canal Teleantioquia y la Constitución Política Colombiana (Ver 7.1. Normatividad, televisión nacional y figura del defensor del televidente).

En Teleantioquia la figura del defensor del televidente se ha creado y consolidado con el apoyo de su programa televisivo Saber Tver, posicionando a Teleantioquia como pionera en la implementación de esta figura, además que no es un solo individuo este veedor de contenidos, es un Comité interdisciplinar de elección periódica interna del canal (Ver 7. 8. 2. Contexto del programa Saber Tver), figura con más de veinticinco años de experiencia en la recepción, transmisión y socialización de peticiones, quejas y reclamos da respuesta a las inquietudes y necesidades de las audiencias.

Desde la necesidad de comprender el fenómeno de la televisión pública en Colombia y sus procesos de creación de contenidos educativos, este proyecto hace una investigación donde se aborda el análisis del fenómeno de creación de contenidos del programa televisivo Saber Tver temporada 2023 del canal regional público Teleantioquia; se parte de los antecedentes del Comité Defensor del Televidente y el hito del canal regional Teleantioquia como pionero en velar e implementar esta figura de defensoría en su estructura empresarial, luego se realiza el estudio y la catalogación del fenómeno del programa televisivo Saber Tver, programa de interés para la sociedad civil, grupos de profesionales afines a las áreas de las ciencias sociales y de la comunicación, además de todo aquel interesado por los servicios de interés público, como lo es el canal Teleantioquia.

Esta investigación toma como énfasis la estructura de producción de los contenidos televisivos de Saber Tver temporada 2023, programa que se encarga de hacer una veeduría del contenido, temas, conceptos, capacidad de alfabetización, además de problemáticas y acontecimientos ordinarios o extraordinarios en las diferentes esferas sociales (García, 2007) de la agenda de programación del Canal Teleantioquia, y esto elegido a través de las necesidades y las PQRS (peticiones, quejas, reclamos y solicitudes) de los televidentes y las audiencias del canal por medio de profesionales capacitados en exponer, aclarar y conciliar desde su figura de mediadores entre el canal y sus teleaudiencias.

Dentro del esquema de producción audiovisual en el que se realiza el programa del Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia Saber Tver, se espera desglosar: los *factores o niveles conceptuales o formales (visual, sonoro), técnicos (técnicas, métodos y protocolos) y valoración global (indicar factores positivos tanto como negativos)* (Campuzano, 1992), esto con el fin de esclarecer la forma en la que está realizado el programa para que las ciudadanías puedan apropiarse de este recursos que les brinda el canal y el programa Saber Tver como instrumento para crear una sociedad mucho más plural y tolerante, además de ejercer presión

para mejorar cada día más los diferentes programas, contenidos y agendas de programación de la televisión pública de la ciudad, la región y el país, siendo la academia y sus escuelas donde se debe continuar mejorando la experiencia social y la de sus medios de comunicación (Rincón, 2001).

Esta investigación parte de la pregunta *¿Cómo se han conceptualizado y producido los contenidos del programa Saber Tver del Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia durante la temporada 2023 con el fin de formar audiencias televisivas críticas?*, para contestar procedemos a realizar un análisis del contenido y de la realización audiovisual de los capítulos de la temporada 2023 de Saber Tver, desglosando y describiendo los elementos técnicos, logísticos, temáticos (Educativos, informativos, entretenimiento) (Mazzotti en Rincón, 2001) y de producción y postproducción utilizados en el programa para obedecer a las necesidades de las audiencias televisivas actuales.

Conceptualmente el análisis se ubica en la *semiología* y en el *género discursivo mediático* donde la construcción de contenidos televisivos de calidad y los elementos técnicos son esenciales para transmitir ideas, textos y discursos (Barragán, 2021); también se toma en cuenta la importancia de que en el mensaje prime saber educar, entretener e innovar para que las audiencias interpreten y generen una retroalimentación asertiva (Campuzano, 1992).

También al abordar esta investigación emergen interrogantes como: *¿Cuál es la participación de los defensores del televidente en el desarrollo conceptual de los contenidos del programa Saber Tver del canal regional Teleantioquia en su temporada 2023? y ¿el grupo interdisciplinar de carácter creativo y de producción televisiva ha generado cambios significativos en la estructura del programa Saber Tver para la construcción de modelos pedagógicos de competencias televisivas* (Bustamante, Aranguren y Argüello, 2005.)?

Por tal esta investigación se centra en los procesos de producción desde un enfoque conceptual y de desarrollo de contenidos que se emplean dentro del canal regional Teleantioquia, con el fin de reconocer los modelos y etapas del desarrollo conceptual y de producción del programa Saber Tver en la temporada 2023, dada la vital importancia de creación de contenidos para la formación de audiencias y televidentes críticos.

Se investiga con especial énfasis los diferentes métodos empleados para seleccionar la lista de contenidos y los modos de consensuar entre audiencias, Comité del Defensor del Televidente y directivos del canal para que el programa Saber Tver sea realizado y transmitido según el Acuerdo 15 de la Junta administradora de Teleantioquia.

En el presente trabajo se hace un análisis de contenido de la temporada 2023 del programa Saber Tver del canal regional público Teleantioquia, con la intención de fortalecer su labor de informar asertiva, promover y generar espacios de interacción y aprendizaje entre consumidores y creadores de contenidos audiovisuales (Rincón y Estrella, 2001), como también identificar los elementos de entretenimiento y educativos que

componen los programas según el modelo de competencia televisiva expuesto en el libro Modelo pedagógico de competencia televisiva de los autores Boris Bustamante, Fernando Aranguren y Rodrigo Agüello (Bustamante, Aranguren y Argüello, 2005); todo esto con el fin de darle un soporte técnico y asistencia conceptual para sus próximas temporadas sin agotar sus conceptos y, más aún, llegar de forma eficaz e inclusiva a los televidentes y audiencias del canal en los diferentes medios de difusión en los que están presentes (TDT, canal virtual, Tv cable, plataforma de YouTube, entre otras).

Ante todo, la televisión es un medio de comunicación masiva efectiva, tan moderno e independiente, pero a la vez tan necesitado de atención dado su carácter de formador de sociedades-audiencias (Rincón, 2001); esto puesto que los televidentes están dejando de consumir contenidos en los entornos y formatos tradicionales para consumir otros tipos de contenidos sin necesidad o interés por lo producido en el entorno local, incluso los televidentes pierden el interés por aquellos contenidos que no estén siendo tema de discusión en sus entornos laborales, redes sociales o círculos familiares (García, 2008).

En conclusión el objeto de estudio de este proyecto investigativo es el análisis de los contenidos del programa perteneciente al Comité Defensor del Televidente Saber Tver en su temporada 2023 y cómo el canal regional público Teleantioquia, partiendo de una categorización de las teorías de la televisión pública contemporánea, encuentran relación, convergencia y asertividad para la construcción de audiencias críticas además de identificar los modelos de operatividad y recursos técnicos empleados para producir un contenido atractivo y entretenido para los televidentes de Saber Tver. Con esta investigación se busca contestar la pregunta *¿Cuál es el desarrollo conceptual de los contenidos televisivos del programa Saber Tver del canal regional Teleantioquia en su temporada 2023 perteneciente al Comité Defensor del Televidente?* llegando a ella por medio de la catalogación, comprensión y descripción de las dinámicas y el diseño conceptual que tiene el programa, evaluando si el Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia influye en la creación y producción de los contenidos televisivos en Saber Tver, temporada 2023, y su efectividad por generar un espacio para la interacción con las audiencias del canal regional Teleantioquia.

Con esta investigación se debe lograr un acercamiento a los creadores y al Comité Defensor encargado de la creación de los contenidos de Saber Tver, temporada 2023, disponible para su consulta en el canal de YouTube de Teleantioquia¹; también este análisis permite un reconocimiento de forma íntegra de los contenidos que se han tratado en el programa, clarifica su orientación, define el tipo de audiencia a la que está dirigiéndose, además de generar convergencia comunicacional con la Academia y la posibilidad de producir conocimiento entorno a valores, derechos y responsabilidades para todos los ecosistemas sociales, tales como: la verdad, la información, la comunicación, la identidad cultural, la empatía, la tolerancia, la promoción de los derechos humanos y de la Constitución Política de Colombia de 1991, además de buscar describir cuáles contenidos

¹ <https://www.youtube.com/playlist?list=PLxb2lyp0IZCRT4u0tzyVt1LP6ynclbLWT>

audiovisuales son efectivos para un engagement (González, 2016), enfocado en el contexto de la televisión pública y la formación de audiencias críticas televisivas.

6. Antecedentes

6. 1. Contexto del estudio

Bajo la premisa de que la comunicación es una rama fundamental de las ciencias sociales y un pilar esencial para generar dinámicas de desarrollo civilizatorio; este estudio surge de la necesidad por entender más a fondo los procesos, dinámicas y métodos de construcción socio-cultural que desde las teorías comunicacionales del siglo XX están siendo adoptadas por los gobiernos y los diferentes actores sociales para generar cohesión cultural y estereotipos masificados de ciudadanías; Con un foco específico en el medio por excelencia de la era postindustrial, la televisión, con la cual se ha permitido a las grandes potencias económicas mundiales exhibir y relatar los principios, normas y convenios para hacer parte de las lógicas civilizatorias del hombre y la mujer occidentales.

Dicha herramienta y tecnología a sido motivo de investigación a profundidad por parte de académicos de las ciencias sociales y humanas generando una serie de teorías a partir de los efectos de los medios de comunicación en las sociedades en Rincón (2001) se segmentan por décadas los diferentes estudios en torno a la comunicación masificada, catálogos así:

“

- 50s/ Teoría de los efectos: se centra en el estudio de las intencionalidades y poder ilimitado de los productores de mensajes audiovisuales, se acepta la gran influencia de dichos mensajes en los comportamientos y comprensiones de la gente.
- 60s/ Teoría de mediadores/Usos y gratificaciones: se tiende a matizar a la incidencia de los medios audiovisuales según los filtros que establecen los líderes de opinión en las decisiones de los individuos de la comunidad; también, desde la psicología se afirma que el efecto televisivo no es tal porque la gente tiende a rechazar aquello que le produce incomodidad y no le permite ninguna satisfacción y acepta más fácilmente aquello que le produce satisfacción y que de alguna manera le genera una gratificación en su consumo.
- 80s/Las audiencias: los estudios comienzan a interesarse en las diversas posibilidades de comprender los mensajes. Esta perspectiva se interesa tanto en la construcción discursiva del lector como en la relación entre los textos televisivos y los sujetos

reales. Stuart Hall enfatizó en los momentos de la codificación y la decodificación: Lectura dominante, lectura negociada y lectura oposicional, mientras David Morley investiga las diversas formas de negociación y resistencia. Umberto Eco busca el modo en que el lector se encuentra inscrito en los textos: Mode of address (relación texto-lector) y preferred reading (lector dominante). La teoría crítica (Adorno y Mattelart) busca estudiar las formas de comprender y explicar los textos de manera ideológica y se privilegia la lectura crítica (mirar mejor significa entender), las implicaciones culturales. En Latinoamérica (Martín-Barbero y Fuenzalida) se comienza a pensar a las audiencias como sujetos y comunidades activas capaces de replicar a las intencionalidades industriales e ideológicas de los medios. La idea es que las audiencias son cómplices de los procesos de dominación comunicativa pero a su vez resisten y replican. De aquí nace una corriente que investiga los usos populares de lo masivo en la vida y la revalorización de las otras maneras de leer de los sujetos sociales.

- 90s/ Análisis del consumo. La mirada se dirige hacia los procesos culturales y las mediaciones (García Canclini, Orozco, Martín-Barbero) que participan en los procesos de comprensión, interpretación y uso de los mensajes audiovisuales. La unidad de consumo básica es la familia. El análisis tiende a observar las maneras cómo se articulan las lógicas comerciales de la producción con las lógicas culturales del consumo. Se comienza a pensar en las diversas temporalidades, la presencia de lo cultural como lugar del sentido comunicado y las competencias comunicativas que despliegan las audiencias.

- Los estudios, en la actualidad, se dirigen hacia la relación entre los textos televisivos y los contextos culturales donde se realizan, la televisión se convierte en el eje de la reflexión social y el medio de mayor incidencia sobre las agendas públicas, las formas de la política, los estilos de producir saber y las maneras de comprender el mundo (Bourdieu, Sartori, Castells). La televisión se ha convertido en el centro cultural de nuestras sociedades, culturas populares masivas en las cuales las razones se diluyen en emociones y la vida es todo un entretenimiento." (p. 16).

Esta descripción de las teorías que han sido de gran valía para la construcción lógica y consciente de una televisión pensada para las audiencias, serán de gran ayuda para poder comprender el fenómeno de la figura del defensor del televidente y las audiencias no solo en Teleantioquia sino en todos los medios de comunicación actuales, en donde si bien nos encontramos ante una relación de poder en la cual los emisores tienen una cierta ventaja frente a los receptores e intérpretes, éstos intérpretes son quienes cierran el proceso y los ciclos comunicativos y permiten que cierta información sea o no relevante en su que hacer como personas y ciudadanos. Así retomaremos estas teorías en el cuerpo de la presente investigación, con el fin de poder dar mayor base científica y solidez al análisis del programa del Comité Defensor del Televidente en su temporada 2023.

6. 2. Relevancia académica del estudio

Con este proyecto se expondrán los conceptos más básicos del imaginario conceptual de lo que significa la televisión que como “medio masivo, actualiza un proceso instrumental en la construcción del mensaje, y un proceso estratégico en su acto de comunicar.” (Rincón y Estrella, 2001, p. 48), siguiendo una serie de fórmulas y conceptos “para hacer efectiva la comunicación, siempre se necesita un grupo de personas especializadas para trabajar en cada una de las áreas de la producción, recolección y análisis de datos, elaboración de la información, presentación y transmisión del mensaje.” (Rincón y Estrella, 2001, p. 49).

Se hace de suma importancia este estudio ya que desde una la perspectiva social es necesario rescatar los valores primarios que deben regir la comunicación y la compleja dinámica de la civilización; en donde valores como el respeto, el derecho a la información, la empatía y la equidad, además del derecho al diálogo horizontal y sin juzgamientos, que en muchas ocasiones los canales y realizadores de contenidos audiovisuales dejan de tener presentes al momento de tener que mantener satisfechos a una cantidad de pautantes e inversionistas para mantenerse en la sintonía televisiva. Bien lo enmarca Herrera (2005):

“Como mecanismo de autorregulación, el defensor tiene sobre todo dos objetivos: alcanzar la excelencia profesional y servir con eficacia al ciudadano (Maciá. 2003).

En el primer caso, se espera del defensor que contribuya a perfeccionar la labor profesional de los periodistas y a elaborar un producto de calidad. Para ello, vela por el respeto de la ética profesional y de los códigos deontológicos del periodismo, fomenta la autocrítica, el diálogo interno y la credibilidad, cuida el lenguaje y la imagen pública de los profesionales del medio y previene el corporativismo.” (p. 19).

Siendo un tema de relevancia no solo para lectores especializados afines a las ciencias de la comunicación, sociales y del sector del entretenimiento, sino a todo ciudadano interesado por generar un aporte desde su perspectiva al constructo social.

El defensor como actor en los medios de comunicación es denominado “ombudsman, readers´representative, readers´advocate, public editor o defensor de la audiencia” (Herrera 2005, p. 19), representa a los públicos y consumidores de contenidos en el interior de los medios de comunicación, haciendo de mediador entre el canal emisor y la comunidad o individuo receptora de mensajes (televidente). Entre sus tareas están las de recibir cartas, mensajes e inquietudes que le permiten interlocutar para que la audiencia sea escuchada o atendida; así, el defensor de audiencias

corrige, aclara o rectifica en nombre del canal y del televidente, haciendo llegar sus propuestas para modificar la agenda que tiene el canal o programa con el fin de no incurrir en errores y de igual forma, es aquella figura que instruye y enseña a los televidentes sobre los diferentes sistemas y lógicas que influyen en el medio televisivo, con el fin de dar a la audiencia una presencia activa en el medio de comunicación, en nuestro caso la televisión, en específico el canal regional Teleantioquia.

6. 3. Relevancia social y cultural

Este tema de estudio es de relevancia social al estar enfocado en la figura que sirve de canal comunicativo entre el medio transmisor de información (canal) y los espectadores, las audiencias (ciudadanías). Siendo un fenómeno comunicativo el hecho que los espectadores, se convierten en audiencias que se enfocan en interactuar sobre lo que ven proyectado en la pantalla, es meritorio el estudio de la construcción de teleaudiencias desde una lógica cultural antioqueña que es tradicional desde su núcleo familiar y sus valores multiculturales amparados desde la Constitución Nacional. Bien lo describen Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), cuando expone los argumentos para sustentar su modelo de competencias pedagógicas comunicativas, de esta manera que “si asumimos que lo comunicativo integra y redimensiona lo lingüístico en una mirada mucho más ambiciosa y transversal, en conexión del lenguaje con la esfera social y cultural” (p. 38).

Además de la relevancia que tiene el Canal Regional Teleantioquia como un canal pionero de la televisión pública para Latinoamérica y el mundo, dado su constante impulso por innovar y transmitir información de forma oportuna y entretenida a las diferentes comunidades y culturas que habitan, consumen y viven las diferentes regiones y programaciones que ofrece el canal.

Esperando que este trabajo investigativo brinde en los lectores inquietudes por estudiar las dinámicas y lógicas culturales que se presentan alrededor de la televisión, los medios masivos de comunicación actuales, la universidad como centro de interacción y confluencias de saberes, las problemáticas culturales y los contextos sociales de la ciudad de Medellín, en donde las formas de relacionamiento con los diferentes grupos poblacionales, sus creencias y tendencias de consumo siguen siendo abstractas. Lo que hace indispensable definir, catalogar, evaluar y discutir los diferentes fenómenos sociales, como es el caso del objeto de estudio de esta investigación, el programa televisivo Saber Tver, temporada 2023, perteneciente al Comité Defensor del Televidente y para ello se da por primer paso identificar y definir el elemento tecnocultura que es la televisión y que según Bustamante, Aranguren y Argüello (2005) se puede comprender la televisión como “un “otro-simbólico”, con

presencia tecnomediática, con voz electrónica e infatigable capacidad de interpelación social. Su voz “impersonal” resuena sin pausa día y noche, y sus mensajes se componen de imágenes audiovisuales, organizadas en forma discursivas que privilegian las narrativas ágiles y ligeras.” (p. 38).

Teniendo presente que, como lo identifica Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), dentro de las lógicas sociales “la televisión, no solo promueven contenidos y referentes de orden mítico-evocador, sino que acompañan esa oferta con la introducción de rituales y de prácticas sociales que dan cuenta de las nuevas formas de materializarse en la cotidianidad.” (p. 40).

Y que dentro de las dinámicas sociales y culturales continuando, con los rasgos que Bustamante, Aranguren y Argüello (2005) emplea para darle una definición a los procesos psicosociales en los cuales la televisión tiene influencia directa ya que “esta operación cognitiva se acompaña de todo un proceso de sensibilización, aclimatación e interpretación emocional, de un complejo ritual en sentido estricto, por medio del cual la pantalla chica ofrece al televidente un mundo que le resulta comprensible y coherente, que le brinda seguridad y confianza para aumentar sus actos y proveerlos de un valor práctico.” (p. 40).

Presentando solo como ejemplo la población más susceptible y vulnerable a los contenidos televisivos Lopez (2008), expone una relación sobre la cantidad de tiempo que pasan los niños luego de la jornada escolar en frente a la pantalla televisiva y si realmente se debería de permitir ese tipo de rutina, en donde “La disponibilidad de un mayor número de televisores en el hogar y la situación habitual de que ambos padres trabajen, hacen frecuente que los niños de sectores sociales altos vean más tiempo la televisión solos; sin embargo, el recurrir a conversaciones más frecuentes con sus padres, en las cuales se incluyen lo que las agendas informativas de los medios hacen visible, así como también los asuntos considerados «públicos», propicia la acumulación de un determinado grado de información y conocimientos. En los vecindarios populares la situación más usuales la de ver televisión en compañía. Pero, en contraste, la «televidencia» colectiva no conlleva un diálogo acerca de los asuntos aquí referidos.” (p. 56).

Siendo este uno de tanto ejemplos y realidades que circulan entorno a los medios de comunicación que en muchas ocasiones no generan soluciones positivas para los entornos sociales, sino que se deslizan por los valores y derechos humanos como simple entretenimiento sin racionalizar que en la mayoría de los casos la conciencia de que se puede estar causado un daño psicológico al individuo y afectando el tejido social por medio de sesgos y dogmas estarían incrementando la brecha social y

promoviendo antivalores que en muchas ocasiones son los más efectivos para conseguir llegar a los espectadores y vender modelos de vida en busca de generar consumo mercantil.

6. 4. Contribución al campo de la comunicación y estudios mediáticos

El análisis y la corroboración del proceso de creación de la temporada 2023 del programa Saber Tver es de suma importancia para las ciencias de la comunicación ya que sirve de compilación de lo que es la figura del Defensor del Televidente del canal regional Teleantioquia y su Comité electo de forma interna en el canal; figura instaurada con el fin de generar cierta conciencia en las audiencias de los procesos de generación y producción de contenidos informativos, educativos y de entretenimiento en Teleantioquia, en busca de establecer una televisión educativa que permita la alfabetización, el acceso al conocimiento y la sana convivencia y tolerancia de las comunidades; la instauración de dicho Comité Defensor del Televidente como un actor de gran valía para que pueda estar en constante revisión y resignificación el fenómeno de la televisión pública regional, con el fin de darle una mayor cohesión y diálogo asertivo entre las diferentes audiencias televisivas y los entes encargados de la programación que es emitida.

Siguiendo las competencias televisivas que según Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), apoyados en teóricos como Pérez Tornero, en donde claramente se definen las dimensiones en las cuales se enmarca la televisión como fenómeno cultural, multiforme y complejo, dimensionándolo así:

- “1. La televisión como *instrumento tecnológico*. Dispositivo tecnomaterial que hace posible la captación, transmisión y almacenamiento de imágenes y sonidos del mundo real.
2. La televisión como *lenguaje*. Dispositivo funcional se integran diversos sistemas significantes (verbal, icónico, sonoro. etc.) para conformar un lenguaje sincrético.
3. La televisión como *discurso*. Dispositivo de enunciación que permite la producción de sentido y significaciones con arreglo a las particularidades del medio, dotándolo de un notable grado de institucionalización en el ámbito de la vida social y cultural (Pérez Tornero, 1994).” (p. 42).

Este estudio busca ser una incitación a que los futuros profesionales de la comunicación no pierdan el horizonte de en donde están los inicios de los procesos multimediatos de la web, en donde la televisión social, la segmentación de públicos y audiencias e incluso el inicio de la televisión interactiva y cine digital, las narrativas transmediáticas que se construyen desde una esfera local y específicamente desde la televisión pública.

De acuerdo a Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), los usuarios de la televisión deben cumplir con un mínimo de competencias para la comprensión y asimilación eficaz en la interacción mediática, catalogados así:

- “
7. Un saber básico de los condicionamientos tecnológicos de la televisión.
 8. Un saber de los mecanismos lingüísticos y semióticos que involucran.
 9. Un saber acerca de las particularidades de su discursividad. “ (p. 42).

Ya que es en la televisión donde se permitieron la creación de modelos comunicacionales y avances tecnológicos con el fin de llegar en tiempo real a la mayor cantidad de espectadores de forma entretenida, informativa e incluso educativa, en busca de establecer y promover parámetros de convivencia que están instaurados en la Constitución Nacional y la carta de los derechos humanos universales.

6. 5. Importancia de la televisión pública en la formación de audiencias críticas

6. 5. 1. Breve descripción del programa "Saber Tver"

Saber Tver es el programa televisivo del Comité Defensor del Televidente del canal regional Teleantioquia, programa creado en 1995 ante la necesidad de responder a las interacciones de la audiencias del canal principalmente por su parrilla de contenidos; la figura del Comité Defensor del Televidente se pensó desde las directivas de programación del canal regional Teleantioquia como un magazine de corta duración luego de las noticias de mediodía, que sirviera de puente para un diálogo entre las audiencias y directivas de contenido del canal (Ver 7. 8. 2. Contexto del programa Saber Tver).

Las lógicas televisivas han cambiado con los avances tecnológicos y estando amparado por la Constitución Política de Colombia, la cual habla de los mecanismos de participación ciudadana y entre ellos está el derecho a que las quejas y solicitudes sean atendidas oportunamente por el Defensor del Televidente; los horarios de transmisión del programa del Defensor del Televidente varían dependiendo de la estructura del programa que según la Comisión Nacional de Televisión debe de tener una duración de media hora semanal y debe ser constante e inaplazable como está estipulado en la Constitución Nacional. (Ver Antecedentes de la Televisión Pública en Colombia).

Saber Tver es un programa televisivo que se realiza con un Comité de profesionales de diferentes ciencias, con perfiles orientados a las ciencias humanas y sociales, con un modelo de elección

periodico rotativo de cada dos años de estos profesionales; este Comité interdisciplinar, el cual aportar desde su papel como veedores para que se cumplan las normas y protocolos que debe resguardar el que hacer de los productores de contenidos comunicativos en la televisión, labor orientada a la construcción de teleaudiencias críticas participativas de la región, el continente y el mundo (Ver 7. 8. 1. El papel del Comité Defensor del Televidente).

Saber Tver al ser un programa que se realiza con los defensores del televidente de turno elegidos por sus méritos profesionales cada dos años según los estatutos del canal regional Teleantioquia, en donde parecer no hay una agenda establecida, un orden temático, ni cronología de temas y contenidos en el programa televisivo, afirmación que surge por lo visto y sugerido en la lista de capítulos en Saber Tver TEMPORADA 2023, en el perfil de YouTube del canal Teleantioquia; por tal es de suma importancia investigar y corroborar cuáles son los manuales de producción televisiva que se entregan, aplican e implementan desde las directivas del canal Teleantioquia, los profesionales encargados de escoger al Comité de turno y el Comité Defensor del Televidente (2022-2024), con el fin de corroborar si existe una agenda de temas asignada por y para el Comité Defensor del Televidente del canal regional Teleantioquia al momento de realizar la temporada del programa televisivo Saber Tver 2023.

Los temas que más se tratan en la serie Saber Tver son autoconclusivos, temáticas de alfabetización visual del televidente, temas como conocer los canales de comunicación que posee el canal regional Teleantioquia en caso de quejas, peticiones y reclamos; también está presente el dar a conocer tópicos y conceptos de interés y actualidad respecto a temas de la ciudad de Medellín y la región antioqueña, como también temas específicos como eventos de ciudad, actualidad y el panorama del sector audiovisual y otras industrias relacionadas con la ciudad, el departamento y país.²

Saber Tver es un programa pensado como un formato informativo genérico para el consumo de toda la familia, siendo pensado para un público objetivo o consumidor desapercibido que se encuentra con el programa por casualidad (Rincón, 2001). Saber Tver qué bien están soportados por leyes y normas³

² Comunicado. Junta administrativa. Acuerdo 15. 27 julio 2016. Actualización de la reglamentación del comité del defensor del televidente de teleantioquia.

<https://ta.teleantioquia.co/wp-content/uploads/2015/04/Acuerdo-15-Comite%CC%81-Defensor-del-Televidente.pdf>

³ Estas normativas se profundizará en el título de [Normatividad, televisión nacional y la figura del defensor del televidente](#).

que velan por los derechos de los televidentes que en Restrepo, Molina, Palacio, Restrepo y Bedoya (2021), norma, la cual “impone no sólo la obligación de respeto por los derechos radicados en cabeza del telespectador y de los deberes subyacentes al ejercicio de sus propios derechos, sino también la de crear mecanismos que permitan la defensa del derecho de las audiencias televisivas y la participación de los mismos en el medio de comunicación. (Sentencia T-260 de 2010)” (p. 144).

7. Marco teórico

7. 1. Normatividad, televisión nacional y la figura del defensor del televidente

En el contexto de la televisión nacional la figura del defensor del televidente se vuelve de orden obligatorio a partir de una reestructuración en el Ministerio de Comunicaciones, dándole un ajuste a la Constitución Política del 1992, e instaurándose en el año de 1995 por medio de un decreto la figura del defensor del televidente como una figura de orden obligatorio dentro del organigrama de los canales televisivos tanto públicos como privados en el territorio nacional.

El estado colombiano, sus entes de legislación y de gobernanza estipulan a partir de sus leyes como debe operar el espectro radiofónico y cuales son las prioridades que se deben tener al momento de generar y transmitir contenidos dentro del territorio colombiano.

“Ley 680 de 2001. Artículo 4ª. El artículo 33 de la ley 182 de 1995 quedará así:

Cada operador de televisión abierta y concesionario de espacios en los canales de cubrimiento nacional, deberá cumplir trimestralmente los siguientes porcentajes mínimos de programación de producción nacional:

a) Canales nacionales

De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A), el 70% de la programación será producción nacional.

De las 22:30 horas a las 24:00 horas, el 50% de la programación será de producción nacional.

De las 00:00 horas a las 10:00 horas, el 100% de la programación será libre.

De las 10:00 horas a las 19:00 horas el 50% será programación de producción nacional.

Parágrafo. En sábados, domingos y festivos el porcentaje de producción nacional será mínimo del 50% en horario triple A;

b) Canales regionales y estaciones locales.

En los canales regionales y estaciones locales, la emisión de programación de producción nacional deberá ser el 50% de la programación total.

Para efecto de esta ley se establecerán las siguientes definiciones:

a) Producción Nacional. Se entiende por producciones de origen nacional aquellas de cualquier género realizadas en todas sus etapas por personal artístico y técnico colombiano, con la participación de actores nacionales en roles protagónicos y de reparto. La participación de actores extranjeros no alterará el carácter de nacional siempre y cuando, ésta no exceda el 10% del total de los roles protagónicos;

b) La participación de artistas extranjeros se permitirá siempre y cuando la normatividad de su país de origen permita la contratación de artistas colombianos;

c) Coproducción. Se entenderá por coproducción, aquella en donde la participación nacional en las áreas artística y técnica no sea inferior a la de cualquier otro país.

El incumplimiento de estas obligaciones dará lugar a la imposición de sanciones por parte de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV)⁴, que según la gravedad y reincidencia pueden consistir en la suspensión del servicio por un período de tres (3) a seis (6) meses a la declaratoria de caducidad de la concesión respectiva sin perjuicio de las acciones judiciales a que haya lugar y del incumplimiento de la norma y principios del debido proceso.”⁵ (Ley 680 de 2001. Artículo 4^a. Artículo 33 de la ley 182 de 1995. p. 4-5).

De esta forma desde la Constitución Política se instaura una normativa en la que se focaliza y se fomenta el tipo de programación que está siendo producida en el territorio nacional, buscando que los contenidos nacionales sean los de mayor difusión en los horarios en los cuales las audiencias hacen uso de los medios visuales.

El defensor del televidente debe ser ese actor que custodia, protege y rectifica de forma profesional imparcial las acotaciones, dudas y sugerencias de los diferentes espectadores y audiencias; Herrera (2007), lo expone afirmando que “al defensor le corresponde también llevar a cabo una serie de funciones hacia el exterior del medio. Las más relevantes son (Herrera, 2005a):

“

1. Recibir las quejas y los comentarios de la audiencia.
2. Publicar o difundir el contenido de su actuación.
3. Realizar una tarea propia de relaciones públicas.” (p. 27).

Siempre teniendo presente que su actuar como defensor estará amparado por los principios éticos, morales y profesionales que permiten el diálogo e intercambio social y cultural entre realizadores y consumidores. En Herrera (2008), se propone que

⁴ (páginas electrónicas www.mintic.gov.co, www.antv.gov.co, www.crcom.gov.co, www.ane.gov.co y www.sic.gov.co/es/).

⁵ EL ABEDUL. Diario oficial. Congreso de Colombia. Ley 335 de 1996.

https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-estrategicos/gestion-de-informacion-y-comunicacion/leyes/ley_335-de-1996-z.aspx

“la existencia del defensor viene a reivindicar de un usuario que sea más crítico, activo y participativo, que no se conforme con los errores e imprecisiones que en ocasiones cometen los medios, que trascienda el ámbito doméstico a la hora de protestar contra algunas actuaciones de los medios y que se movilice más para exigir que los periodistas cumplan honradamente sus tareas. Sin la existencia de un usuario de este tipo, la presencia del defensor no sólo carecería de sentido sino que, sencillamente, resultaría imposible. En su actuación, el defensor dispone de sus propios instrumentos para canalizar todas estas demandas y también de sus propios medios donde divulgar el contenido de su actuación.” (p. 28).

7. 2. Producción de contenidos televisivos

La televisión es un proceso de transmisión de valores, creando una serie de conductas y hábitos que se traducen en los entornos sociales (Campusano, 1992), en donde la audiencia suele ser dispersa, analfabeta respecto al lenguaje audiovisual y anónima. Solo en casos especiales y en comunidades emergentes gracias a las tecnologías digitales se está estableciendo un diálogo e interacción entre productores/emisores y consumidores/receptores.

Continuando con la descripción técnica del lenguaje audiovisual se debe hacer especial énfasis a la síntesis que realiza Campusano (1992) respecto a la estructura e intención que realizan los creadores del contenido para que sus mensajes lleguen de forma idónea y efectiva a su audiencia ya que

“la puesta en escena (tipos de planos, angulaciones, posiciones predominantes de la cámara, estructura y movimiento interno del plano, etc.) y del montaje.

El montaje es quizá el aspecto fundamental. Los elementos que lo conforman, además de la banda sonora, son la duración de los planos, “raccords”, cambios de plano - cortinillas, fundidos, digitalización, etc. -, movimientos de cámara, ejes de acción, estructura narrativa, ritmo, etc. Hay dos elementos que se deben tener en cuenta especialmente: la secuencia de los hechos, porque tiene repercusiones importantes en el significado, y el ritmo.” (p. 113).

Estos elementos condicionados por un guión o libreto que hace de contexto situacional que permite dar referencias temporales, de espacialidad y de intención dramática, que en la televisión al ser un medio de comunicación disperso y distante (Rincón, 2001) dado los contextos donde se suele tenerse para la interacción con los televidentes como por ejemplo la cocina, la sala, un establecimiento público o comercial, en donde las personas deben estar atentas a otras actividades y funciones; así, el realizador y su contenido audiovisual deben estar constantemente generando una continua recapitulación de elementos que permitan al espectador retomar la historia y no abandonar el contenido audiovisual.

Generando una serie de discusiones en los entornos académicos en donde surgen una serie de hipótesis sobre los beneficios y perjuicios de este medio de comunicación tan reciente, Rincón (2001) lo expresa cuando expone que

“la televisión privilegia los fast thinkers que proponen fast food cultural”, hasta aquí las ideas del filósofo Bourdieu. En el mismo sentido crítico, el politólogo italiano Sartori nos recuerda que por culpa de la tele hemos llegado a la vida inútil, al “homo videns... La preponderancia de lo visible sobre lo inteligible, lo cual nos lleva a ver sin entender (y todo porque) la imagen televisiva es pura y simple representación visual (...) La tele produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella todo nuestra capacidad de entender”. (p. 19).

Mientras que autores como Martín-Barbero, Portales, Mazziotti, Fuenzalida, Orozco y Rey en Rincón (2001) exponen que se hace necesario hacer un análisis detallado y meticuloso de la televisión como “*relato, dispositivo cultural e industrial*” (p. 19); ya que es en la televisión donde está recayendo todo el foco de interés tanto de difusores como de receptores en el sentido más amplio de las teorías comunicacionales. Por dicho fenómeno se hace imperante y urgente que se pueda comprender las formas, lógicas y conexiones, componen el lenguaje televisivo y sus dinámicas, Rincón (2001) enfatiza en la jerarquía que tiene la televisión respecto a los otros medios de comunicación masivos, convirtiéndolo en la herramienta ideal para generar cultura y a la vez sesgos sociales; ya que

“la televisión se ha convertido en el centro cultural de nuestras sociedades, escenario y práctica comunicativa donde la existencia se diluye en emociones y la vida toda es una lucha por el reconocimiento. Las diversas aproximaciones al fenómeno de la televisión, ponen de presente que a este medio hay que comprenderlo para poder interpretarlo desde diversos ámbitos:

- Mediación, más allá de ser medio masivo, es un dispositivo donde se encuentran cultura sociedad y subjetividades.
- Sensibilidades, más allá de las identidades fuertes, es un escenario donde se expresan las nuevas maneras de generar sentido, como los jóvenes, el género, la sexualidad, lo étnico, lo musical, lo ecológico...
- Subjetividad, más acá de lo colectivo, hoy lo que más jalona son las formas que toma el sujeto, que demuestran que no hay un solo modelo ni estilo de ser en la vida, sino múltiples y diversas maneras de habitar la existencia.
- Rituales; más que contenidos, la televisión (en su producción y ver) se ha convertido en relatos y rutinas diarias que marcan los espacios y determinan las temporalidades de la vida.” (p. 20).

Brindando un carácter y cualidad educativa a la televisión Campusano (1992), expone y responde los siguientes interrogantes:

“¿La televisión enseña?

La televisión educa en cuanto que transmite una serie de valores, crea unos hábitos de conducta y genera una forma de ver la realidad. Puede que esta educación no sea muy positiva, y en algunas veces contradictoria con el currículo oficial, pero es innegable.

¿La televisión enseña? Esto es menos evidente. Es claro que proporciona información y que la forma de organizarla, buscando la sorpresa y el entretenimiento, no suelen coincidir ni con la estructura interna del contenido ni con la que podría facilitar su asimilación. (...) Su público aun cuando se refiera a sectores determinados (programas juveniles, religiosos, etc.) es masivo, anónimo y heterogéneo, y los mensajes buscan formas capaces de interesar a grandes audiencias, lo que contrasta con las necesidades específicas del individuo que aprende. Según Postman (1985): *La contribución principal que la televisión hace a la filosofía de la educación es la idea de que la enseñanza y el entretenimiento son inseparables.*” (p. 45).

Por estos se hace de suma importancia resaltar como se expresa reiteradamente en Campusano (1992) que

“democratizar la televisión mediante la formación del televidente significa brindar al ciudadano competencias e instrumentos al menos en dos ámbitos, a saber: por una parte y consecuentemente con lo hasta aquí dicho: dotar a los televidentes de las herramientas que le permiten desentrañar los formatos e información del sujeto y en los procesos de configuración de la ciudadanía contemporánea y por la otra, promover el conocimiento básico de los derechos y deberes del televidente, así como de los procedimientos y los instrumentos jurídicos - administrativos que le posibilitan el ejercicio pleno de la ciudadanía como usuario - individual y colectivo - del servicio público de televisión.” (p. 17).

Surgiendo así la necesidad de definir los diferente fenómenos que permite comprender las lógicas de los medios masivos para la construcción social civilizada y a los actores sociales no sólo como individuos sino pensados como un conjunto de constructos culturales en torno al fenómeno televisivo como lo exponen Bustamante, Aranguren y Argüello (2005):

“El consumo generalizado de medios de comunicación en sociedades masivas, predominantemente urbanas, y cada vez más “próximas” por efecto de las dinámicas con que operan hoy en día los mercados globales, es una característica preponderante de la vida social contemporánea. De ahí, no solo por este hecho, se habla de “sociedades de la comunicación”, entendidas como aquellas en las que la interacción social está cada vez más

atravesada y determinada por los aspectos inherentes al fenómeno de la comunicación” (p. 57).

Siendo este uno de los principales propósitos de esta investigación, abordar, catalogar y describir desde las diferentes teorías de la comunicación y las ciencias sociales el fenómeno de la creación de contenidos televisivos en el caso particular del programa Saber Tver temporada 2023, para poder tener unos pilares sólidos en futuros encuentros con las narrativas televisivas y suplir la necesidad por reforzar los constructos y valores sociales más significativos y necesario en la sociedad colombiana para su pervivencia.

“Este conjunto de transformaciones estructurales, comprensibles desde la relación sociedad - comunicación, hace indispensable el adoptar una perspectiva crítica y comprensiva acerca de los principales fenómenos que de ahí se derivan, para incorporarlos al andamiaje del conocimiento social. En este orden de ideas aparece la noción de “comunidades de apropiación”, como un concepto a la vez técnico y sociológico, indispensable para dar cuenta del modo en que ocurren y se reproducen las transformaciones mencionadas.” (Bustamante, Aranguren y Argüello, 2005. p. 57).

Entre las diferentes culturas que habitan un territorio se hace necesario canales de comunicación que permitan el diálogo y la comprensión de las diferentes dinámicas sociales, individuales, culturales que permitan la expansión y promoción de los valores universales que deben promoverse, uno de estos, la vida en civilización, por tal, la televisión es uno de los medios que debe velar y estimular el diálogo entre diferentes culturas en pro de un desarrollo íntegro social en donde

“los medios son los principales promotores de los mitos, relatos y representaciones sociales en torno de los cuales se organizan rutinas y formas colectivas de apropiación de significaciones que inciden de modo decisivo en el mantenimiento o alteración de las estructuras sociales, del ordenamiento político, de la legitimación institucional, etc.” (Bustamante, Aranguren y Argüello. 2005. p. 57).

Por lo cual, es de vital importancia que se mantenga una constante recapitulación de los diferentes autores que han tratado el tema de la necesidad de una retroalimentación y una constante revisión de lo que las audiencias están esperando en los contenidos emitidos por sus canales de uso cotidiano.

“En otras palabras, la recepción activa de televisión es un fenómeno sociocultural y como tal debe ser abordado para su análisis científico-investigativo.

Así como los medios son dispositivos tecnológicos y simbólicos insertos material e institucionalmente en el sistema social, su recepción se reviste de una dimensión cultural porque dinamiza distintas prácticas y usos sociales de los mismos, que no pueden ser comprendidas y valoradas objetivamente, sino desde una perspectiva abarcadora como la que con lleva el ámbito de la acción comunicativa. O lo que es lo mismo, la comunicación es una dimensión constitutiva de la cultura, particularmente de la cultura contemporánea, entendida como ese universo de configuraciones simbólicas - virtuales, tributaria del mundo mediático-electrónico-digital.

La teoría de los usos y gratificaciones, asociada al consumo de televisión por diferentes públicos, constituye uno de los avances más significativos en la evolución del análisis de la recepción. Quería significar esto que el receptor entraba en contacto con los mensajes del medio provisto de un tramado psicológico y simbólico propio, inseparable de la conformación sociocultural del mismo, con el cual interactuaba con la pantalla chica y procedía a desplegar toda una serie de operaciones ante los mensajes y contenidos televisivos, lo que finalmente iba a determinar su modo concreto de consumir o recibir la televisión. Por eso adquirió tanto peso el carácter cultural de la recepción de medios, en especial de la recepción televisiva, al punto de señalarse que los públicos o audiencias no eran homogéneos y, por el contrario en el rasgo distintivo de su actividad receptiva residía el valor de la información que pudiera aportar al respecto.” (Bustamante, Aranguren y Argüello, 2005. p. 57).

Es por ello la necesidad de generar no solo contenidos informativos, sino avanzar hacia una televisión interactiva que permita generar mayor afinidad de las audiencias desde los canales y contenidos que está produciendo y consumiendo. Que el televidente se sienta partícipe, cocreador e incluso coproductor de los contenidos que se generan en la televisión y esto solo se puede lograr generando mayor alfabetización, mayor entendimiento de los procesos de creación que permita sentir a la audiencia afín los relatos que le son presentados en la televisión.

“Sin embargo, el nivel más elaborado e innovador en el análisis y la teorización de la recepción de medios (de televisión) tiene que ver con los más recientes avances en materia de configuración de la subjetividad humana. Es todo un campo de estudio al que tributan los avances de diversas disciplinas, creando ambiciosas redes transdisciplinarias para ampliar y fortalecer la descripción y explicaciones del sujeto de la recepción no solo televisiva, sino en el sentido más amplio de la recepción e interacción comunicativa, simbólica y cultural. Toda esta innovación, como veremos. Se relaciona directamente con los avances de la neurobiología y ciencias afines, de las ciencias del lenguaje, de la filosofía y las teorías de la interpretación.” (Bustamante, Aranguren y Argüello. 2005, p. 57).

Siendo necesario reconocer los avances gubernamentales por generar una acelerada actualización de la televisión, pasando de un modelo análogo a uno digital y su proyecto alineado con la demanda

global de Televisión Digital Terrestre, que viene implementado el estado colombiano desde el proyecto del apagón analógico que se encuentra en curso; esto es con el fin de generar mayor cobertura y más variedad de canales que permitirán que mayor cantidad de voces, culturas y realidades del territorio nacional se puedan escuchar y por efecto con la cuales se pueda dialogar.

7. 3 Definiciones Conceptuales

7. 3. 1 Definición de términos clave

El telespectador o usuario de televisión es aquella persona que hace uso del instrumento transmisor de contenidos audiovisuales para obtener información, educarse y/o entretenerse que bien puede ser por medio de un dispositivo televisor con Tv cable, antena parabólica y su versión más actual la televisión digital terrestre (TDT) o puede ser también un dispositivo móvil con acceso a internet y sus diferentes nubes y servidores de contenidos almacenados para su consumo inmediato o con una franja horaria de transmisión para usuarios específicos de forma convencional. Bien lo expone Fernandez (2005), en donde

“La televisión hoy por hoy no es un reflejo fiel de la realidad social en la que vivimos sino una desenfocada imagen de ella, creada e impuesta desde intereses económicos, políticos e ideológicos y, por tanto, no constituye una fuente de conocimiento y libertad, sino de contaminación y manipulación ideológica.” (p. 7).

Estos argumentos sin demeritar la actual posición de instrumento televisivo y su atributo como herramienta de comunicación masiva; la televisión en sus diferentes formatos y plataformas de difusión como instrumento de manipulación ideológica, es el más usado de los agentes socializadores que influyen en la sociedad civil, en sus comportamientos, hábitos de consumo, influenciando en sus estados de ánimo, rutinas sociales y gustos.

Esta investigación se enfoca en el estudio de los formatos, narrativas y procesos de producción de contenidos televisivos en un programa como lo es el de una defensoría del televidente por lo cual se hace necesario profundizar en estos apartes, que como bien lo expone Carrasco (2010), el formato es:

“Conjunto de características formales específicas de un programa determinado que permiten su distinción y diferenciación con respecto a otros programas sin necesidad de recurrir a los contenidos de cada uno como criterio de demarcación.” (p. 7).

Y en el mismo orden se encuentra Carrasco (2010) sintetiza el género como “un concepto de gran amplitud bajo el cual incluir el de «formato», a modo de nivel más específico.” (p. 7). Enfatizando así, Carrasco (2010) en que el género es aquel “Conjunto de características formales que son comunes a un amplio espectro de programas, según el cual: i) pueden ser agrupados bajo una misma categoría general un considerable número de diferentes formatos, en base a ciertas semejanzas formales; ii) pueden ser distinguidos amplios grupos de programas atendiendo a sus características formales, sin necesidad de recurrir a los contenidos de cada uno de ellos.” (p. 8).

Otro término que necesitamos clarificar y definir en primera instancia para llegar a la comprensión de nuestro objeto de estudio es la figura del Defensor del televidente o también enunciado por algunos autores como defensor de las audiencias televisivas, traducido e interpretado de la figura del “ombudsman” que es traído de la figura del defensor del lector y sus orígenes datan de 1967 en donde dos periódicos estadounidenses crearon esta figura con los fines de generar un espacio para la intercomunicación entre la sala de prensa y sus respectivas audiencias y el cual al ser adaptado en los años 80 por las diferentes cadenas televisivas, las cuales comenzaron a categorizar sus funciones según Herrera (2008), así:

“1) Reciben, investigan y dan respuesta a las quejas del público. 2) No tienen capacidad sancionadora. 3) Llevan a cabo una labor interna y externa. 4) Gozan de una trayectoria profesional solvente y de gran credibilidad. 5) En cuanto a su competencia, no suelen ocuparse ni juzgar las páginas de opinión, a menos que alguna haya resultado ofensiva o incurrido en algún error.” (p. 1).

A la hora de segmentar las funciones que realiza el defensor del televidente de forma interna se enfoca en la labor que realiza dentro del canal con un carácter y énfasis en la ética y valores de un profesional, con el fin de elevar la calidad y servicio que presenta el canal a sus audiencias, siempre enfocado en generar una pedagogía hacia sus colegas como también hacia las audiencias en busca de un consumo de contenidos con mayor criterio.

Se hace de suma importancia recordar y tener presente teorías de la comunicación para darle una mayor comprensión al fenómeno de la representatividad de las audiencias en una figura como la del Defensor del Televidente y las Audiencias. Como es el caso de las ciencias sociales y sociológicas que sirven para describir este y otros eventos relacionados con los medios de comunicación masiva. Silverstone (1994), sintetiza y resume la importancia de estos estudios de la siguiente forma:

“Katz y Liebes distinguen entre lo referencial (una crítica que implica remitiendo su lectura de los textos a sus propias vidas) y la crítica (en anteriores (ésta era la poética), una crítica que implica un análisis semántico o compromiso sintáctico con el texto mismo. También distinguen diferentes grados de intensidad de la distancia, a través de los términos “caliente” y “frío”. Esto resulta en otra matriz de cuatro términos en la que distinguen cuatro tipos de "oposición" o distancia crítica: moral, en la que el contenido del programa está en algún muy objetado; ideológico, en el que el encuadre del texto es identificado y fuertemente objetado; lúdico, en el que las identificaciones referenciales son tratados de manera más divertida; y estético, en el que se expresa la distancia crítica a través de referencias a la narrativa y otras dimensiones del texto.” (p. 149).

Siendo estos análisis y estudios enfocados en las percepciones de las audiencias sobre contenidos televisivos, bien en esta investigación se tendrán presentes para que el investigador pueda expresar y sintetizar de lo según los conocimientos adquiridos en el pregrado de Comunicación y Lenguajes Audiovisuales de la Universidad de Medellín y su experiencias como televidente, se permita dar una categorización de fue lo que ocurrió en el programa televisivo Saber Tver como objeto de estudio y según sus contenidos en la temporada 2023 y si se cumplio con las presentes teorías que harán parte del análisis y conclusión de esta investigación.

Para entender dicho fenómeno comunicativo, la televisión, se hace necesario recordar y enfatizar en teorías clásicas aún vigentes que todo profesional e interesado de la comunicación y las ciencias sociales debe tener siempre presente para entender el fenómeno de los medios de comunicación masiva en la actualidad; por esto se hace pertinente dividir las y catalogarlas según la necesidad que implica la pregunta de investigación y el objeto de estudio de esté trabajo.

7. 4 Teorías de la Comunicación y Medios

7. 4. 1 Teoría de la Recepción

Es Stuart Hall quien en su ensayo *Codificar / Decodificar*, de 1973 da un pie de partida para distinguir los diferentes mecanismos, lógicas y fenómenos que rigen el proceso en un medio de comunicación masivo, y los diferentes sistemas que componen la cadena de producción comunicativa en donde “el significado y los mensajes, bajo la forma de signos vehiculos organizados de un modo específico, como cualquier forma de comunicación o lenguaje, a través de la puesta en funcionamiento de códigos dentro de la cadena sintagmática de un discurso. “ (Hall, 1973, p 1).

Si bien este autor expone que un medio de comunicación es un *instrumento*, de igual forma un medio de comunicación es también un compendio de relaciones sociales, y más aún, relaciones de

producción, distribución y socialización. Dotando así de responsable del proceso comunicativo y su posición sugerente y discursiva a los productores del contenido y sus respectivos editores, esto sin hacerlo de forma textual más sugiriendo al momento de exponer el fenómeno del “intercambio comunicativo y que aunque en si, el mensaje, sólo sea “relativamente autónomo” frente al proceso de comunicación en su conjunto, los momentos de “codificación” y “decodificación” son momentos determinados.” (Hall, 1973, p. 2).

Acentuando en que la relación de poder está presente en todo momento, en la cual, hay un discurso, unas reglas tanto formales y aplicadas que rigen el lenguaje del medio en específico, en nuestro caso el discurso televisivo. Citando al autor “el proceso de producción no está desprovisto de su aspecto “discursivo”, este también está estructurado a través de significados e ideas; conocimientos en uso de acerca de las rutinas de producción, competencias técnicas históricamente definidas, ideológicas profesionales, conocimientos institucional, definiciones y supuestos, hipótesis acerca de la audiencia, estos aspectos determinan la constitución del programa través de su estructura de producción.” (Hall, 1973, p. 2)

Pero Hall no demerita el papel que tienen las audiencias en el fenómeno del proceso comunicativo televisivo, quien se apoya en las ideas de Elliot, el cual sitúa a la audiencia como *origen y receptor* del mensaje televisivo (Hall, 1973), además de retomar a Marx para hacer una analogía de referencia hacia los momentos del proceso de producción en televisión y términos como *retroalimentación* estructurada e indirecta como lo son la *circulación* y la *recepción* que siempre deben estar presentes en el proceso de producción televisiva, (Hall, 1973).

Hall hace énfasis en que la producción de mensajes deben estar regidos por unas reglas discursivas que generan un efecto dominante, autoritario y definitivo, pero que siempre queda en un nivel profundo del mensaje y que está definido y consensuado por los productores mucho antes de que esté mensaje pueda tener un efecto sobre las audiencias e incluso sugerir cierto efecto, suplir una necesidad o significado, uso e incluso relevancia cultural. Es en este punto en donde dicho producto televisivo influye, *entretiene, instruye o persuade*, (Hall, 1973); lo cual el autor califica de decodificación del mensaje. En sus propias palabras el autor lo expone así:

“En un momento “determinado” la estructura emplea un código y produce en “mensaje”; en otro momento determinado el “mensaje”, a través de sus decodificaciones, desemboca dentro de la estructura de prácticas sociales.” (Hall, 1973, p 3).

Repasando la estructura de los códigos de codificación y decodificación expone el siguiente esquema de producción, en el cual el programa televisivo se encuentra en medio del procesos mediático en donde es un discurso significativo y hace un especial énfasis en los marcos de conocimiento, relaciones de producción y estructuras significantes diferenciadas por el proceso al cual están vinculadas y presentes en los dos procesos comunicativos de codificación y decodificación. Este proceso permite asimilar y entender cómo los productores son los codificadores y los decodificadores son los receptores, en la cual no solo se genera una relación discursiva, sino también una relación de poder en donde los productores-emisores tienen una jerarquía frente a las audiencias y en muchas ocasiones al momento del fenómeno comunicativo al no tener la capacidad de entendimiento o razonamiento del mensaje transmitido, el discurso televisivo genera una *distorsión* o *malentendido*. (Hall, 1973, p 4).

Autor que concluye en que si bien hay un código cultural naturalizado no se puede universalizar dichos códigos, ya que dichos códigos naturales son generados por un efecto ideológico que solo busca darle una amortiguación a las prácticas de codificación,

“lo que el código naturalizado demuestra es el grado de hábito producido cuando hay un vínculo y una reciprocidad - la obtención de una equivalencia - entre los extremos de codificación y decodificación en un intercambio de significados. El funcionamiento de los códigos en los extremos de la codificación frecuentemente asumirá el status de percepciones naturalizadas.” (Hall, 1973, p. 6).

El autor se apoya además en la literatura para explicarla en forma expositiva como los términos de análisis literal connotativa y denotativa sirven para establecer contextos particulares y de ideologías en el lenguaje y en cómo los discursos se interconectan.

“El nivel de la connotación en el signo visual, de su referencia contextual y posición en los diferentes campos discursivos de significación y asociación constituyen el lugar donde los signos ya codificados se interconectan con los códigos semánticos profundos de una cultura y toman dimensión ideológicas adicionales más activas.” (Hall, 1973, p 8).

Así el autor deja claro que la relación de dominación está arraigada a un complejo de valores y constructos culturales que están instaurados desde un orden institucional, ideológico e incluso de orden estructural social y cultural, todas amparadas por la legitimación del poder, los intereses particulares e incluso las limitaciones de clase o condición social, género, raza o grupo étnico y sociocultural al cual esté adscrito el emisor e incluso los mismo atributos en los cuales se inscribe el receptor.

Además enfatiza Hall (1973) en que “los televidentes no están operando dentro del código “dominante o preferido”. Su ideal es el de una “comunicación perfectamente transparente” y en cambio, con lo que tiene que confrontarse es con una “comunicación sistemáticamente distorsionada”. (p. 11).

Siguiendo el apartado de que si bien es necesario un lenguaje en común para que se genere el intercambio comunicativo sin importar la jerarquía de sus actores y la reciprocidad que estos tengan para mejorar el proceso de codificación y minimizar las distorsiones y malentendidos, efectos que siempre estarán vinculados a actores sociales como a instituciones de orden jerarquizado con intenciones particulares.

David Morley expone a partir de sus experiencias con diferentes ciencias y métodos como la semiótica (encargada de definir los fenómenos internos del mensaje) y de la sociología (ciencia encargada de realizar la descripción cultural tanto de quien produce como de quien recibe el mensaje), con el fin de definir una metodología para proceder ante los diferentes actores involucrados en el fenómeno comunicativo en la televisión. Retomando el concepto de Hall sobre la decodificación (proceso activo de interpretación del mensaje), Sustentado así, Morley (1996) su tesis de este modo se busca

“caracterizar la actividad que desplegamos en nuestra sala cuando miramos televisión como un proceso activo de decodificación o de interpretación, y no un simple proceso pasivo de «recepción» o de «consumo» de mensajes.” (Morley 1996, p. 2).

Mosley también hace un rastreo sobre los supuestos de la actividad de ver televisión en un entorno familiar, sobre los gustos de los diferentes miembros de la familia y más aún sobre cómo están reunidos frente al televisor siendo un punto de partida para comenzar una discusión sobre los modos de operar de lo que están viendo e incluso, generar juicios morales sobre si algo es bueno o malo según lo que se está viendo desde la perspectiva en que se está relatando dicho mensaje, (Codificación). Esto para dejar presente que el autor, Morley (1996) enfatiza que “en el proceso de decodificación e interpretación de los mensajes de los medios siempre participan otros mensajes, otros discursos, tengamos o no conciencia explícita de ello. No podemos entender el proceso de las comunicaciones mediáticas si concebimos como un hecho aislado el momento en que encendemos el televisor a las nueve y vemos las noticias. Este es sólo un momento dentro de un complejo campo de comunicaciones y debemos entender la naturaleza de la relación entre ese momento y todas las otras ramificaciones comunicativas en las que participamos.” (Morley, 1996, p. 3).

Por tal motivo hablamos de audiencias segmentadas, no solo en rangos de edad, género, rango social, nivel de educación, roles y estereotipos sociales que si bien pueden recibir un mismo mensaje el significado será polisémico o incluso ambivalente entre los diferentes receptores/interpretadores.

Dejando claro que la televisión y sus contenidos siempre tendrán una intención más allá del hecho de entretener. Además de estar de manera implícita, explícita o sugerida a una población, audiencia, grupo social, subculturas, en busca de suplir y satisfacer ciertas necesidades de orden físico o intelectual. Morley (1996), lo expone así:

“Cualquier programa presenta diferentes tipos de información explícita -hechos, historias de vida, imágenes-. Además, las instituciones emisoras nos suministran ciertos «marcos» a los cuales corresponde esa «información»: el programa se presenta en las guías de espectáculos como Radio Times o TV Times de cierto modo, y lo introduce para nosotros un locutor que ya nos es familiar. Esos «artificios de encuadre» sitúan un programa particular en el flujo de las emisiones y nos dan indicios para saber qué esperar de él; por ejemplo: si se trata de un programa destinado a entretener o a informar.” (Morley 1996, p. 8).

Siendo válido recordar y enfatizar en Morley cómo “el mensaje es, inevitablemente, polisémico, es decir que un mensaje siempre es capaz de producir más de un sentido o interpretación y nunca puede reducirse simplemente a un sentido «real» o «último». (1996, p. 9). Acentuando en la gran responsabilidad que recae sobre los productores del mensaje (emisor) y su labor por no permitir que se tergiverse, se entorpezca e incluso se genere ruido comunicacional por falta de una estructura e intencionalidad, a lo cual el autor expone como la necesidad de que el emisor tenga una claridad por generar una comunicación eficaz que permita trazar una estructura hacia la intención deseada en el mensaje transmitido; este fenómeno Morley lo enmarca dentro de la estructura de construcción del mensaje como “en el intento de establecer una de las posibles interpretaciones como la «lectura preferencial o dominante».” (1996, p. 9). Este fenómeno presente desde el mismo título del programa, un pie de nota en una fotografía o las condiciones técnicas de programa dan ya de por sí una intención de lo que está próximo a presentarse.

Respecto al modo de abordar un mensaje Morley (1996) profundiza de forma sistemática así:

“

- a. el mismo suceso se puede codificar de más de una manera;
- b. el mensaje siempre contiene más de una «lectura» potencial. Los mensajes proponen y prefieren determinadas lecturas en lugar de otras, pero nunca pueden llegar a cerrarse por completo en una sola lectura: siguen siendo polisémicos

c. comprender el mensaje es una práctica problemática, por transparente y «natural» que pueda parecer. Los mensajes codificados de un modo siempre pueden leerse de un modo diferente” (p. 11).

Para Morley está claro el valor polisémico del mensaje, sin obviar el potencial y carácter que se le atribuye desde su creación y transmisión. Lo que hace estar al mensaje dentro de un fenómeno de lecturas preferencial pero que a su vez, puede tener la capacidad de comunicar sentidos de conocimiento diferentes ligados a la decodificación, aprobación y reinterpretación de la audiencia respecto a la información recibida en dicho mensaje.

“Antes de que los mensajes puedan producir «efectos» en la audiencia, deben ser decodificados. Hablar de «efectos» es, pues, una manera abreviada, e inadecuada, de señalar el momento en que las audiencias leen y dan sentido de manera diferente a los mensajes transmitidos y operan según esos sentidos en el contexto de su propia situación y experiencia.” (Mosley, 1996, p 11).

A lo cual Mosley concluye en la necesidad de investigar el fenómeno de la correspondencia al receptor, recibir y asimilar el mensaje y las consecuencias que tiene el que no se cierre dicho ciclo comunicativo.

Como bien lo señala Morley (1996), un análisis de la ideología de los medios no puede depender de un análisis de la producción y el texto únicamente, sino que de hecho debe incluir una teoría de la lectura y un análisis del consumo:

“«El sentido de un filme no es algo que se pueda descubrir si se parte meramente del texto mismo, sino que se construye en la interacción entre el texto y sus usuarios (. . .) La antigua pretensión de la semiología de poder explicar el funcionamiento de un texto por un análisis inmanente estaba esencialmente mal fundada en su incapacidad de advertir que un sistema textual sólo puede adquirir sentido en relación con códigos no puramente textuales y que el reconocimiento, la distribución y la aplicación de tales códigos varían según los contextos sociales e históricos», Hill, 1979, pág. 122” (Morley 1996, p. 12).

Es aquí donde el autor enfatiza en la necesidad de generar discusión sobre los mensajes transmitidos y en particular las diferentes interpretaciones del mensaje, esto con el fin de poder generar nuevas estructuras de conocimientos que permitan una asimilación de los fenómenos y circunstancias transmitidas en el mensaje inicial, desde el autor se segmentan los diferentes niveles de discurso como (conocimientos, prejuicios, resistencias) que el lector aporta al texto: el factor esencial del encuentro entre audiencia/sujeto y texto será el espectro de discursos de que disponga la audiencia. (Morley, 1996, p. 12).

Umberto Eco ha desarrollado conceptos fundamentales en la teoría de la recepción e interpretación de los intereses, afinidades y percepciones de las audiencias, estos conceptos son esenciales para analizar cómo las audiencias del programa "Saber Tver" interpretan y responden a los códigos generados. Es Eco quien expone términos como el *índice de agrado* de un contenido en los mass media, el *análisis de contenido* desde la perspectiva de la descripción ideológica del mensaje, añadiendo el cómo se interpretan dichos mensajes desde los diferentes públicos y que tipo de *efectos de conciencia* se generan o por lo menos se buscan generar desde la producción del mensaje. (Eco, 1986, p. 177).

Para Eco es necesario desvelar y clarificar los términos "código" y "mensaje", dotándolos de cualidades instrumentales para poder definir con mayor exactitud el fenómeno comunicativo y para ello se apoya en el modelo semiótico propuesto por Hjelmslev, de dicho modelo Eco traduce de forma textual como hay significación cuando, a través de la articulación de una sustancia expresiva (sonido, imágenes, gestos, etc.) se vehiculan unos contenidos. (Eco, 1986, p. 184). A lo cual el autor añade la predisposición cultural, gusto y así la afinidad sobre estímulos, expresiones y preferencias sustanciales.

"Se trata ahora de hacer corresponder esta unidad de la expresión a la unidad de contenido. El contenido, en sustancia, es todo lo que se puede experimentar y pensar, una cultura lo transforma en forma y sólo da pertinencia a algunas unidades culturalizadas," (Eco, 1986, p. 184).

En este aspecto el autor hace énfasis en la necesidad de no profundizar en la unidad de expresión, sino en tener varias unidades de contenido con lo cual permite navegar y transitar entre los diferentes códigos. Eco sintetiza el hecho que un código esté adscrito a un sistema de contenidos concluyendo que dicho sistema formal del contenido, que es, la manera según la cual una cultura da al mundo carácter cognoscible, es una forma de competencia; (Eco, 1986, p. 185) y en donde se forma como código ubicado entre la sustancia de los contenidos y la sustancia del sistema expresivo.

Es en esta instancia donde el autor se muestra interesado por la interpretación del mensaje, y expone una serie de supuestos, del porqué se genera un fallo comunicacional al receptor y el no lograr la comprensión del contenido transmitido en el mensaje, las cuales enumera en forma argumentativa pero invita a que él investigador se formule en forma interrogativa; Eco se pregunta así qué factores pudieron influir en el fallo de comprensión del mensaje en marcando que el receptor: a) lo ha comprendido pero no sabe verbalizarlo; b) no conoce la unidad de forma de la expresión que el

emite ha utilizado; c) conoce la unidad de expresión y posee un contenido segmentado como el del emite, pero asigna la unidad expresiva una diferente unidad de contenido; d) posee un contenido segmentado diversamente, para el cual a la unidad expresiva recibida se le hace corresponder a unidades de contenido no homogéneas con las del emite. (Eco, 1986, p. 186).

A partir de este punto Eco propone una construcción y consolidación de una *semiología de las culturas* que sirva para poder comprender y sistematizar los diferentes paisajes sociales en los cuales se encuentran compuestas las diferentes civilizaciones en la actualidad y por lo cual se hace pertinente la creación de forma consciente y pedagógica por parte de los emisores, que permita la socialización y asimilación de los diferentes contenidos prestos para el diálogo, interpretación y socialización.

7. 4. 2 Teoría de Usos y Gratificaciones

Desarrollada por E. Katz, J. Blumler y M. Gurevitch; en la cual los autores hacen una sumatoria de todos los estudios y experimentos realizados desde esta teoría de los usos y las gratificaciones, donde se enfoca en una visión del usuario como un individuo activo del contenido presentado en los medios de comunicación masivo, enfatizando en que según el contenido los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto (Katz, Blumler y Gurevitch, 1985). Autores que introducen al tema de los usos y gratificaciones en los público de forma general de la siguiente manera:

“La exposición ante los medios constituye, por tanto, un conjunto de «alternativas funcionales» para la satisfacción de las necesidades, lo que puede ser comparado, en principio, con la función de otras búsquedas de actividades recreativas. El enfoque postula que las gratificaciones pueden ser derivadas no sólo del contenido de los medios, sino del propio acto de la exposición ante un medio dado, así como el contexto social en el que ese medio es consumido.” (Katz, Blumler y Gurevitch, 1985, p. 2).

Es en este punto donde los autores se ocupan de darle mayor preponderancia e importancia a lo que el receptor puede lograr a interpelar de forma individual dado su contexto social y su intención de consumo del contenido en digestión, fue gracias al desarrollo metodológico funcionalista de conductas respecto al consumo de gratificaciones en los medios masivos que Weiss expondría en 1969 que se pudo lograr establecer un diseño metodológico en donde se priorizará según los autores “la importancia de la relación entre el uso de los medios por un lado, y de la disposición psicológica y la ubicación social por el otro. La lógica implícita va desde las diferencias en la integración social a las

diferencias resultantes en la necesidad psicológica, y de ellas a las diferencias en las pautas de la selección, la exposición e, implícitamente, de las gratificaciones obtenidas.” (E. Katz, Blumler y Gurevitch, 1985. p. 3).

Y es a partir de estos postulados que los autores unen sus esfuerzos para dar una mayor sistematización de la información que arrojan los resultados de la interacción de los usuarios de los medios masivos y con ello surge una serie de fenómenos a investigar de forma más estructurada y consciente:

“1) los orígenes sociales y psicológicos de 2) las necesidades que generan 3) expectativas respecto a 4) los medios de masas y otras fuentes, lo que conduce a 5) esquemas diferenciales de exposición a los medios (o dedicación a otras actividades), lo que resulta en 6) gratificaciones de la necesidad y 7) otras consecuencias, tal vez en su mayoría involuntarias.” (Katz, Blumler y Gurevitch, 1985. p. 5).

Premisas que abordan gran cantidad de investigadores pero que según los autores, aún faltos de mayor focalización es necesario mayor definición y catalogación del usuario y de sus palpitations frente a la búsqueda de contenidos en los medios masivos, por tal E. Katz, Blumler y Gurevitch (1985) se apoyan en una serie de apartes de Lundberg/Hulten (1968) para hacer más sólida y funcional dicha metodología de los cuales se destacan los siguientes para esta investigación: 1, El público como sujeto activo, es guiado por una motivación o necesidad psicológica; 2, el receptor elige qué mensajes y contenidos predominan en su entorno cotidiano, siendo conciente o inconciente de el poder que tienen sus opiniones respecto a los medios y sus mensajes. 3, los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades, teniendo presente según este estudio que los medios masivos no suplen o satisfacen necesidades. Más aún, suelen generar vacíos e incluso afecciones psicológicas como incrementar estereotipos y problemas sociales si no se posee un nivel adecuado de educación. 4, Desde la perspectiva metodológica los receptores están dotados de la capacidad intelectual para transmitir y codificar sus gustos y motivos respecto a los contenidos en medios masivos. 5, Los juicios de valor, soportados por significaciones culturales dan horizonte según las orientaciones del público, que puede concluir en reforzar la cultura popular que según los autores se aleja del enfoque de los usos y gratificaciones ya que

“los comentaristas sobre la cultura popular, a menudo:

a) suponen que el carácter de la atracción de la audiencia puede ser identificado con una lectura cercana y sensible de sólo el contenido;

b) dan por supuesto que la producción de los medios genera una poderosa demanda de las mismas cualidades que luego satisface.

c) y proyectan una visión esencialmente crítica de la dependencia que el público tiene respecto a la comunicación masiva.

En contraste con tales supuestos, quienes practican el enfoque sobre usos y gratificaciones, probablemente habrán de:

a) insistir en montar estudios directos sobre las atracciones del público, independientemente del análisis de los contenidos, o en confluencia respecto al mismo;

b) examinar los orígenes de las necesidades del público en las disposiciones psicológicas y en los papeles sociales, más que en los rasgos de la organización o contenido de los medios masivos,

c) y sospechar que una plena comprensión de lo que hay detrás de la conducta del público neutralizará, al menos parcialmente, la crítica que típicamente se le formula desde grupos elitistas.” (Katz, Blumler y Gurevitch, 1985. p. 8-9).

Es en este punto donde los autores comienzan a segmentar los elementos compositivos de la teoría de los usos y gratificaciones y su dependencia hacia en las tradiciones teóricas en las cuales está sustentada y hacia la consolidación de formalizar los hallazgos empíricos en los estudios y experimentos realizados en diferentes culturas, medios y niveles de profundidad.

Los autores de esta manera plantean una serie de esquemas que si bien están inscritos dentro de la teoría de los usos y gratificaciones, están en extremos metodológicos y por tal sus resultados apuntan hacia objetivos particulares:

“En un extremo están las concepciones unifuncionales de intereses del público, que han sido expresadas de variadas maneras. Los escritores de la cultura popular han criticado a menudo a los medios basándose en que, por servir primordialmente a deseos escapistas, el público queda privado de los usos más beneficiosos que podrían darse a la comunicación de masas (MacDonald, 1957). El análisis realizado por Stephenson (1967) sobre la comunicación de masas en términos de «juego» puede ser interpretado como una prolongación, aunque en una expresión transformada y ampliada, de esa misma noción.” (E. Katz 1985, p. 9).

Además los autores apoyados en las teorías e investigaciones de Weiss quien en 1971, establece que “«cuando [...] se desarrollan estudios sobre usos y gratificaciones, los medios o el contenido de los medios son vistos habitualmente con dicotomía, como predominantemente fantasiosos y escapistas, o como informativos y educativos en su significación»”. (Katz, Blumler y Gurevitch, 1985. p. 9), en donde es una visión bifuncional la que se encarga de hacer un análisis de las preocupaciones del público en las cuales quedan reflejadas las diferentes distinciones respecto a los mensajes generados, catalogados según los públicos interpretantes.

Una tercera categoría propuesta por los teóricos apoyados en Lasswell quien 1948 y retomada por Wright (1960) en donde según Katz, Blumler y Gurevitch (1985), se sintetizan así:

“La interpretación tetrafuncional de los medios fue propuesta primero por a un nivel macro-sociológico y luego desarrollada por, tanto en niveles macro como micro-sociológicos. Postuló que los medios servían funciones de vigilancia del entorno, de correlación, de entretenimiento y de transmisión cultural (o socialización cultural) para la sociedad en su conjunto, así como para los individuos y los subgrupos dentro de la sociedad.” (Katz, Blumler y Gurevitch, 1985. p. 10).

Más una nueva propuesta como la tipología compuesta por McQuail/Blumler/Brown en donde en 1972, (Katz, Blumler y Gurevitch. 1985), se logra llevar a un nivel óptimo para la interpretación del fenómeno comunicacional masivo en busca de una metodología para catalogar los usos y gratificaciones, las cuales se describen así como “una tipología que se compone de las siguientes categorías: diversión (incluyendo la huida de las restricciones de la rutina, escape de la carga de problemas y liberación emocional), relaciones personales (incluyendo la compañía sustitúa así como la utilidad social), identidad personal (incluyendo la referencia personal, la exploración de la realidad, el refuerzo de valores) y la vigilancia del entorno.” (Katz, Blumler y Gurevitch, 1985. p. 10).

Dejando un esquema metodológico que permita a los individuos pararse entre las diferentes instituciones como los autores las denominan “en uno mismo, la familia, los amigos, la nación, etc.” (Katz, Blumler y Gurevitch, 1985, p. 10). Sustentando que lo que articula, motiva y moviliza a los individuos y públicos receptores en sus diferentes culturas es una necesidad por estar comunicado, fenómeno por el cual los públicos receptores optan por unos canales o medios en específico, en busca de satisfacer su necesidad tanto de intrínseca (cultural/familiar) como su necesidad extrínseca (político/cultural).

7. 4. 3 Teoría de la Agenda Setting

De manera general la autora N. Aruguete (2017), sintetiza y clarifica los términos fundamentales de la agenda setting de los autores M. McCombs y D. Shaw quienes desarrollan esta teoría de la agenda setting que se soporta en las teorías de W. Lippman (1922) quien define que el comportamiento de la opinión pública no responde a una realidad social, sino a un “ambiente” fabricado por los medios masivos de comunicación para transmitir dichos conceptos e ideas.

Esto de tal forma que se pueda entender que no es una teoría anti sistema, sino que, por el contrario busca dar mayor reconocimiento y protagonismo a los receptores, clasificandola así, “nace en el seno

de la corriente funcionalista de la MCR⁶ norteamericana y se reconoce a sí misma como una teoría de efectos. De hecho, sus discusiones con las teorías que la precedieron se basan, por un lado, en el alcance adjudicado a los efectos de los medios masivos de comunicación sobre sus audiencias y, por el otro –conforme incursionaron en nuevas fases de estudio–, a la disputa por la fijación de agenda entre los medios y la agenda política.” (Aruguete, 2017, p. 2).

Dentro de la agenda setting se encuentra presente una serie de temas que pueden interesar al receptor y incluso que pueden ser del interés de una gran cantidad de personas, pero son los medios los que se encargan de darle un énfasis y generar una influencia cognitiva sobre temas específicos que lleven a los receptores a darle un nivel prioritario a cierto tipos de mensajes. Estas fases o niveles según Aruguete (2017) son “el primer nivel de agenda remite a la transmisión de la importancia de un objeto, este segundo nivel considera la transmisión de la importancia de los atributos.” (p. 3).

Aruguete al analizar las teorías de la agenda setting, framing, sus atributos y sus teóricos más destacados, concluye que todas ellas, las teorías, se complementan y aportan al global de la comprensión del fenómeno comunicacional.

Definiendo así, Aruguete (2007), las dimensiones que para McCombs y Ghanem (2001), permiten la comprensión de un mensaje comunicacional, las consecuencias actitudinales y de comportamiento público que puede generar sobre un receptor:

- “» El tópico de una noticia (qué debe ser incluido en el frame);
- » La presentación (tamaño y ubicación);
- » Los atributos cognitivos (detalles de aquello que es incluido en el frame);
- » Los atributos afectivos (el tono de la pintura).

Estos cuatro aspectos de los atributos se constituyen en la base a partir de la cual llevar a cabo una serie de comparaciones entre distintas agendas. Mientras los primeros dos elementos se relacionan con los artefactos formales y de razonamiento (Gamson y Modigliani, 1989), los dos segundos aluden a las dimensiones sustantiva y afectiva de la agenda (McCombs et al., 1997). La dimensión sustantiva aborda los aspectos sobresalientes de personas, temas u objetos mencionados entre el público o destacados en las coberturas. En tanto, la dimensión afectiva se refiere al tono valorativo con el que es realizada la cobertura de los medios sobre un tema y, además, analiza las respuestas emocionales de la opinión pública.” (p 3).

⁶ MASS COMMUNICATION RESEARCH

Siendo esta teoría de los atributos un avance sustancial y de perfeccionamiento de la teoría de la agenda setting cabe retomar y resaltar las conclusiones del autor acerca de las descripciones que en su momento fueron pertinente para los estudios de audiencias y efectos generados por los medios masivos en las ciencias de la comunicación; “la Agenda Setting nace y se desarrolla como una teoría de efectos de los mass media. El propio nombre de la teoría del establecimiento de agenda indica el sesgo causal que la caracteriza, según esta mirada, los medios fijan una serie de asuntos, aspectos o actitudes en las mentes de la audiencia. Mientras que el proceso de encuadre trasciende el ámbito de los medios, pues está presente en la elaboración de las noticias, en los textos noticiosos, en los esquemas de cognición y percepción de las audiencias y, fundamentalmente, en la cultura, donde existe un repertorio compartido de patrones de cognición, percepción e interpretación que provee el vínculo entre la producción y la recepción de las noticias (Aruguete y Koziner, 2014).” (Aruguete, 2017, p. 6).

Así esté proyecto busca aplicar dicha teoría de los atributos desde una perspectiva con enfoque en los productos generados en el programa televisivo Saber Tver temporada 2023, los cuales influyen en la agenda pública y en la percepción de los temas tratados en mira de generar mayor cantidad de simpatizantes, promulgadores y televidentes de la televisión pública y en especial del canal regional Teleantioquia.

7. 5 Televisión Pública Y Audiencias Críticas

7. 5. 1 Antecedentes De La Televisión Pública En Colombia

El estudio académico de la televisión es reciente y más aún del fenómeno de la televisión pública, como lo indica Rincón (2001), “este siglo XXI el tema de la televisión pública se convierte en prioritario en la agenda de reflexión y de acción de la comunicación y la política,” (p. 24). De forma continua, el autor se encarga de enmarcar una serie de acontecimientos de orden global que merecen el mérito ser mencionados, entre ellos se destaca que en 1995 la asamblea general de la ONU declaró el 21 de noviembre como día mundial de la televisión.

Otro hecho significativo es el encuentro anual INPUT (International Public Television Screening), en donde se premia y analiza las estrategias de las diferentes entidades vinculadas a la labor social, educativa y cultural de las diferentes latitudes del planeta. Hechos que motivan a las diferentes fuerzas académicas a generar discusión y debate sobre lo que debe ser una televisión pública de calidad, entre los hallazgos encontrados se rescata el manifiesto de los académicos Martín Barbero,

Rey y Rincón, donde en el año 2000 escriben un artículo sobre la televisión pública, la cultural de calidad en forma de manifiesto propositivo para generar mayor participación, inclusiva y diversa de conocimientos y contenidos que permita la sana apropiación de los territorios en busca de formar una sociedad educada y productiva. Martín Barbero, Rey y Rincón (2000) describen así los tres pilares de la televisión pública:

“La más clara caracterización de esta televisión es que interpela, se dirige, al ciudadano más que al consumidor. Y por lo tanto su objetivo primordial reside en contribuir explícita y cotidianamente a la construcción del espacio público en cuanto escenario de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las diferentes comunidades culturales.

El segundo rasgo que marca a la televisión pública se halla en la elaboración audiovisual de las bases comunes de la cultura nacional, sobre las que se articulan las diferencias regionales y locales. Para ello la televisión pública debe, de un lado, hacerse cargo de la complejidad geopolítica y cultural de la nación tanto en el plano de las prácticas sociales, como de los valores colectivos y las expectativas de futuro, y de otro, trabajar en la construcción de lenguajes comunes.

El tercer rasgo que configura la especificidad de esta televisión es ofrecer una imagen permanente de pluralismo social, ideológico y político, abriendo espacios a las voces más débiles, como las minorías culturales (los indígenas, los homosexuales) y los creadores independientes (en video, música, teatro, danza).” (pág. 1).

Dicha afirmación genera una gama de posibilidades y expectativas, permitiendo dialogar a los diferentes actores y participantes de los fenómenos de la televisión pública colombiana, añadiendo que este tipo de televisión debe ser mucho más focalizada a las audiencias y descentralizada desde la perspectiva de la producción para que los diferentes grupos culturales tengan posibilidades de creación, de coproducción y de exhibición en el ámbito nacional e internacional según su foco y audiencia a cautivar. Este fenómeno es nombrado por especialistas como televisión cultural, que según Martín Barbero, Rey y Rincón (2000), “se convierte en alfabetizadora de la sociedad toda en los nuevos lenguajes, escrituras y saberes audiovisuales e informáticos que conforman la específica complejidad cultural de hoy, procurando al televidente no sólo información ilustrada sino experiencias comunicativas significativas” (p. 2).

Siendo está, las experiencias comunitarias, una de las tareas que debe cumplir la televisión pública, buscando dar voz a los jóvenes, a las comunidades minoritarias y en estado de discapacidad, vulnerabilidad e incluso en condiciones especiales, a parte de promover los espacios de diálogo, memoria histórica y reivindicaciones políticas y sociales dentro del territorio nacional.

De igual manera Martín Barbero exponen que un factor esencial en la producción de televisión pública es la calidad, de acuerdo a los parámetros de profesionalidad, innovación y relevancia social

“con competencia comunicativa en la interpelación y construcción de públicos, y que junto a un alto sentido de la diversidad, tanto social como ideológica y cultural, tiene una especial sensibilidad para la construcción de lenguajes comunes.” (Martín Barbero. Rey y Rincón. 2000. p. 3).

Así es que, una de las tantas expectativas que debe generar la televisión pública y los estados nación en los que se adscriben los medios de comunicación masivos, es la creación de contenidos educativos con herramientas didácticas, y también la creación de asociaciones, centros de estudio e incluso la alfabetización y capacitación de las audiencias para generar contenidos para canales comunitarios que sirvan de semillero y laboratorio para los futuros productores de talle profesional.

“La televisión es el medio que más radicalmente va a desordenar la idea y los límites del campo de la cultura, con sus tajantes separaciones entre la alta cultura y cultura popular, entre realidad y ficción, entre vanguardia y kitsch, entre espacio de ocio y trabajo, entre saber experto y experiencia profana, entre razón e imaginación”, (Martín Barbero, Rey y Rincón. 2000, p. 4).

Esta acción ha llevado a la constitución de una nueva forma de ser y sentir social, que es producto de las profundas transformaciones del contexto comunicativo-cultural y la centralidad de la televisión y de la experiencia audiovisual en ese proceso de simultaneidad, de la instantaneidad y del flujo de relatos. (Rincón, 2001).

Así la televisión pública debe estar enfocada y con miras hacia “interpela al ciudadano”, como lo expresa en su manifiesto por una televisión pública cultural y de calidad en Colombia, Martín Barbero en Rincón (2001), y el “derecho a informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad” (p. 44).

Esto incluyendo el incentivar la participación en convocatorias de contenidos en coherencia con los valores y deberes humanos que están presentes en la constitución política nacional en busca de preservar el patrimonio de las comunidades de forma que se pueda generar un diálogo con los demás actores en el territorio nacional.

Entrando en un escenario jurídico, tema que para el autor Portales en Rincón (2001) son “las normas que regula la generación, control y remoción de sus autoridades.” (p. 113).

A la vez que “En la televisión pública, el propietario es un ente impersonal que requiere reglas claras de asignación de soberanía;” (Portales en Rincón, 2001. p. 113).

Así quedando a juicio propio del lector y de la injerencia administrativa y gubernamental de turno, que estando bajo el control y supervisión de órganos, instituciones y entes plurales e instituciones capacitadas de corte estatal, que bien pueden dar autonomía de poder a los gobernantes sin poner en riesgo la estructura y pilares de la empresa televisiva de carácter público y más aún de los programas y procesos que deberían tornarse a ser políticas públicas de obligatoriedad.

La televisión pública como lo expresa Rincón (2001) es “un servicio público que propende al mejoramiento de la calidad de vida, la distribución equitativa de oportunidades y los beneficios del desarrollo.” (p 285). Enfatizando en que somos una sociedad multicultural que necesita poner en un constante práctica de rememoración todos los principios y valores que desde la escuela y la familia se presentan para vivir de forma honorable en la sociedad y que queda en muchas ocasiones al costado cuando se comienzan a incursionar en las lógicas de producción y las responsabilidades de la vida en pro de generar sustentabilidad a cualquier costo y es por tales motivos que la televisión pública es la que debe estar en constante reinvención, en busca de innovaciones, en consecución de recursos para sus producciones y contenidos.

En el caso específico del territorio colombiano según Marín (2006), el fenómeno transmisión de la “televisión pública de Colombia está compuesto por dos canales nacionales de carácter estatal llamados Señal Colombia y Canal Institucional; un canal mixto nacional denominado Canal Uno, y ocho canales regionales: Teleantioquia, Telecaribe, Telecafé, Telepacífico, Canal Capital, Canal 13, Televisión Regional de Oriente y Teleislas. En el país tienen licencia también 41 canales locales sin ánimo de lucro, muchos de los cuales tienen una vocación de servicio público; 102 canales comunitarios legalmente constituidos, y 937 comunidades organizadas para recibir señales incidentales de televisión.” (p. 96).

En sus inicios la televisión tuvo como ente regulador al Ministerio de Comunicaciones que para su inicio, en los años sesenta en un contexto de bipartidismo y en búsqueda de una reconciliación llamado “Frente Nacional”, la televisión fue una herramienta para que los colombianos conocieran y entendieran lo que de forma estratégica producían los presidentes de turno y sus respectivos partidos políticos para mantener el proyecto de nación.

Para mediados de los sesenta, se estaban terminando de formar y consolidar las primeras empresas audiovisuales con enfoque en programación y producción televisiva. En donde según Marín (2006), “la televisión nacional seguía guardada entre las cuatro paredes de un estudio y sus posibilidades narrativas se limitaban a las producciones en vivo. Por esta razón comenzó una paulatina migración de programas extranjeros o “enlatados” que ofrecían mayor calidad técnica y una dramaturgia más elaborada por un costo menor. Las películas y series importadas principalmente de Estados Unidos empezaron a desplazar a los artistas locales quienes se unieron en marchas de protesta para exigir la protección de su derecho al trabajo en la televisión nacional.” (p. 99).

De esta período nace la figura del Instituto Nacional de Radio y Televisión (Inravisión) con el objetivo de ser un ente estatal donde se orientaría a “prestar el servicio público de televisión, ofrecer el servicio de transmisión de señales y conceder en arrendamiento a personas naturales o jurídicas los espacios de la televisión pública.” (Marín, 2006. p. 99). Lo cual permitirá un ambiente de estabilidad para los diferentes actores en la naciente industria televisiva en el territorio colombiano.

En las sucesivas décadas ocurrieron varios sucesos que marcarían la trayectoria estatal de la televisión en Colombia; en el año de 1979 se inaugura la televisión a color, con dos canales de cobertura nacional, radicados en la capital del país y en busca de brindar a las empresas productoras un terreno para la creación de contenidos. Radionovelas adaptadas a estudios televisivos, noticieros, teleteatros y programas de capacitación para buscar alfabetizar a los adultos de forma remota.

“A comienzos de la década del 80, Colombia contaba ya con tres canales nacionales de televisión operados por el Estado: el Canal 11 de carácter educativo, la Primera Cadena (el canal que nació en 1954) y la Segunda Cadena (TV9 Corazón había dejado su carácter local para convertirse en canal nacional)” (Marín, 2006. p, 102). Siendo así la primera cadena y TV9 pertenecientes al modelo mixto de financiación donde por medio de arrendamiento del espectro electromagnético los canales privados ocupan las franjas para transmitir los intereses de sus grupos económicos e influencias mercantiles lo que les permita pautar por publicidad y además hacer alianzas internacionales para tecnificar sus instalaciones lo cual dejaba a la televisión pública en un nivel muy bajo respecto a un espectro de competitividad. Estos canales privados ocupaban más del cincuenta por ciento de la creación de contenidos y más del sesenta por cientos de la atención de las audiencias locales, todo esto gracias a su despliegue en las regiones por medio de las telenovelas con tintes y géneros tanto dramáticos como también cómicas, fenómeno que aún perdura en los imaginarios y memorias de muchas de las generaciones de televidentes.

En el transcurso de la historia nacional de la televisión pública colombiana han ocurrido varios fenómenos en torno a la concesión de la señal y en 1985 gracias a varios factores tecnológicos surge el “primer canal público de televisión regional, Teleantioquia.” (Marín, 2006. p, 104). Y en ese mismo año se instaura una ley para profesionalizar y generar unos estándares que prioricen la creación nacional de contenidos televisivos frente a los contenidos traídos del extranjero. En 1991 se perfecciona la ley del ochenta y cinco y pasa a operar la Ley 14 la cual buscaría “elevar la competencia y por ende la competitividad de los programas generó un sano enfrentamiento entre las dos cadenas nacionales y amplió los contratos de concesión de espacios de cuatro a seis años.” (Marín, 2006. p. 105).

Esta ley proporcionó un escenario idóneo para que en 1995 se firmara la Ley 182, “que sigue vigente hasta la actualidad con algunas modificaciones consagradas en la Ley 335 de 1996 y en la Ley 680 de 2001.” (Marín, 2006. p. 106). Las cuales fueron la base y fundamento para la creación de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV). En el 2004 se cierra el ciclo de INRAVISIÓN, cerrando y concluyendo su servicio como operadora, programadora y administradora de los recursos obtenidos tanto por parte de los canales privados como los de carácter público/estatal y se crea una nueva compañía estatal nombrada Radio Televisión de Colombia (RTVC), “Su función es programar, producir y emitir los canales públicos de televisión nacional y las emisoras de la radio pública nacional. Es una entidad descentralizada cuyos recursos de funcionamiento provienen de la Comisión Nacional de Televisión. De esta entidad dependen: Señal Colombia Institucional y el Canal Institucional.” (Marín, 2006. p. 113). Este nuevo actor llega buscando darle un enfoque multimediático a los medios de comunicación del país, darle nuevo esquema de televisión pública en el territorio nacional.

En lo que debe dársele mayor reconocimiento al sistema nacional de televisión colombiano está el logro por mantenerse independiente de los gobiernos de turno, el tener un alto grado de descentralización permitiendo que las voces e historias de las regiones sean contadas por los productores locales y sus comunidades, cómo también el hecho de tener un ente regulador de servicios y contenidos televisivos como lo es la Comisión Nacional de Televisión y el mantener su sistema de financiación “mediante el cual la televisión privada abierta y por suscripción financian la operación de la televisión pública.” (Marín, 2006. p. 111).

Respecto a los consumos televisivos de las audiencias colombianas “Los canales regionales de televisión son hoy en día la tercera opción de la audiencia luego de los dos canales privados.” (Marín, 2006. p. 115), los canales regionales comenzaron a crearse a mediados de los años ochenta y se instauraron ocho canales en las diferentes regiones del territorio nacional.

“Estos canales pertenecen a entidades públicas de carácter regional, pero su naturaleza jurídica se denomina “Empresa Industrial y Comercial del Estado”. Esto significa que los canales regionales pueden financiarse no sólo con aportes de sus socios públicos sino también con pauta publicitaria, licitaciones de espacios y concesiones. Igualmente financian algunos proyectos de infraestructura y producción de televisión con recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión Pública que administra la CNTV.” (Marín, 2006. p. 115).

Con estas estrategias de financiación se logró que tanto las empresas estatales como las privadas pusieran mayor interés e inversión en la televisión local, en la cual Medellín en 1997 iniciara el piloto de la mano de la alcaldía municipal del canal local Telemedellín, canal aún con vigencia y presencia en el espectro como también en redes sociales. Según Marín (2006), “los canales locales generan aún más cercanía entre el medio y la gente, son una alternativa adicional frente a la oferta comercial de la televisión y al igual que los canales regionales ofrecen amplios espacios para la participación ciudadana.” (p. 116).

Surgiendo una nueva amenaza para la televisión pública de calidad, ya que al ser canales con un espectro de audiencias tan reducido, sus recursos lo debe gestionar desde la administración local y sus socios estratégicos, efecto consecuente que lleva al programador local a situarse en una “delgada línea roja que divide a la información entre aquella que busca “servir” a la gente y aquella que pretende “convencer” a potenciales electores.” (Marín, 2006. p. 116).

Por tal es de vital importancia que las audiencias sean conscientes de los diferentes mecanismos de manipulación y de los conductos regulares para denunciar cuando un medio que debe estar modelado para el servicio social comienza a servir a un grupo político u económico con fines propagandísticos.

“La televisión es un servicio de primera necesidad. Por esto, la Comisión Nacional de Televisión ha promovido la creación de ligas de televidentes; los canales privados han instaurado la figura del ombudsman, y algunos canales regionales han implantado la figura del Defensor del Televidente.” (Marín, 2006. p. 117).

Así en Colombia se han logrado muchos avances respecto a la televisión pública como la descentralización de la señal y los contenidos, la participación cada vez más fuerte de las comunidades para relatar y transmitir sus ideas y necesidades. Pero también es mucho lo que falta por consolidar y hacer en materia de ley estatal. Solo por nombrar la necesidad de cátedras de alfabetización visual para poblaciones y audiencias específicas, reforzar las dinámicas de socialización de las diferentes instituciones que permiten el diálogo entre audiencias y canales, además de generar mayor difusión de las tecnologías que están operando para que pueda haber un

crecimiento tecnológico no sólo en las en los canales, programadoras, productoras y entidades estatales administradoras de los recursos, sino también un crecimiento en el intelecto de la población del país, que permita una vida donde se respeten y valoren los derechos fundamentales de todos los seres vivos.

7. 5. 2 Formación de Audiencias Críticas

En la actualidad nos encontramos ante el fenómeno de las “sociedad de la información”, Orozco en Mediaciones y televisión pública: La deconstrucción de la televidencia en la era del avasallamiento mediático, en Rincón (2001).

La sociedad que si bien se encuentra en un constante estímulo sensorial no solo físico, también psico-afectivo. Dichos estímulos se traducen en mensajes de orden cultural, en donde la ciudadanía es expuesta a “saberes y conocimientos, identidades, las sensibilidades, las representaciones, las alianzas y el poder. Pero sobre todo, desde donde se amplifica el despoder de los sujetos sociales, a través de la exuberancia mediática homogeneizante,” (Rincón, 2001, p. 211); en donde las instituciones emisoras se toman las libertades de expresar en muchas ocasiones bajo el sesgo e intereses de sus patrocinadores o incluso de un gobierno de turno que vela por los mercados y empresas de grupos económicos particulares. Fenómeno que sólo debilita el entramado social generando mayores brechas sociales y sesgos generacionales.

En Orozco se aboga por el concepto de sociedad-audiencia la cual se encarga de darle valor al ser social, en donde se está de forma presente en calidad de reconocer y reconocerse como aquel que recibe y emite información (Rincón, 2001).

Al momento de hablar de audiencias también hablamos de expectativas, Fuenzalida en Rincón (2001) las cataloga como “generales y segmentadas” (p. 161). En donde “estas expectativas genéricas de supervisión multifocal y utilidad se concretizan en contenidos informativos estratificados, según los intereses vitales más específicos. Los grupos dirigentes y los estratos altos declaran su mayor interés en supervisar la política, la economía, y la información internacional. Los sectores medios y populares se interesan en deportes, espectáculos, crónica roja y policial, casos y situaciones humanas con los que se identifican.” (Rincón, 2001. p. 161).

Por tales razones en las cuales cabe destacar la gran variedad de audiencias y receptores en la esfera televisiva, se hace prioritario no solo repensar los modos de abordar los contenidos

(educativos, informativos, de entretenimiento), sino también surge y es un hecho latente que en la televisión nacional, como se ha empezado a generar en la esfera internacional la segmentación de canales de una misma cadena pero con diferentes tratamientos de los contenidos y dirigido a audiencias específicas, Fuenzalida enfatiza en que esta tarea más que estatal debe de ser interinstitucional; “Es indispensable avanzar hacia una mayor variedad de canales, y así, multiplicar las misiones o funciones de servicio público a través aparece esta evolución histórica hacia mayor número de canales públicos con programación especializada en tele educación, alta cultura e información política. Se debería, entonces, estimular la tendencia hacia canales públicos con diversificación y focalización temática, con las tecnologías de transmisiones más adecuadas, con tamaños, coberturas y audiencias diferenciadas,” (Rincón, 2001, p. 78).

Continuando con la descripción y caracterización de las audiencias, Orozco en Rincón (2001), desarrolla una metodología analítica denominada por una serie de escenarios que él define “por la cuádruple dimensionalidad de la televisión que involucra el lenguaje televisivo, la “mediacidad” de la televisión, su tecnicidad y su institucionalidad.” (p. 215).

En primera instancia encontramos el lenguaje audiovisual en donde es un hecho que se encuentra un intercambio de códigos entre contenido televisivo y sus respectivas audiencias.

Como lo expone Orozco en Rincón (2001), “es el ámbito donde se ponen en juego signos y significantes icónicos y sonoros” (p. 215), los cuales generan estímulos resultante de las gramáticas aprendidas por las audiencias en el transcurso de sus experiencias, a parte de esto el autor enfatiza como “en el lenguaje televisivo hay que distinguir el discurso del relato.” (Orozco en Rincón, 2001, p. 215).

Ambos, tanto discurso como relato inscritos dentro del contenido televisivo pero dirigidos en primera instancia, el discurso a un hemisferio mucho más racional, mientras que el relato aboga y se dirige a la esfera emocional, este último con estructurada desde “una estrategia intencional e intencionada del relator,” (Orozco en Rincón, 2001, p. 216), quien a partir de dichas estrategias abusa o no de su posición como productor/creador de contenidos televisivos.

La esfera de la “mediacidad” televisiva de Orozco en Rincón (2001), se enfoca en establecer una cantidad de signos y códigos propios de los contenidos televisivos, como lo son los géneros, formatos, tramas, lenguajes desarrollados por canales para horarios establecidos, en lo “que se despliegan

hábitos y costumbres que culminan en el establecimiento de estrategias y ritualidades televisivas de las audiencias” (p. 216). Siendo este ámbito en donde se comienza a dar la respuesta de las audiencias al contenido generado, en busca de socializar, encontrarle beneficios al tiempo invertido frente al contenido y también el hecho de memorización del entretenimiento, en la perspectiva de gustos y disgusto y las gratificaciones adquiridas como estímulo para una próxima ocasión frente al programa y medio en mención, en palabras del autor el fenómeno lo describe así:

“La problematización de los instintos, predisposiciones, posicionamientos y gratificaciones televisivas de las audiencias encuentran este ámbito su dimensión educativa, así como algunos de sus mayores desafíos, en la medida en que el protagonismo creciente de la televisión se expande hasta en lo más recóndito de las intimidades y amenaza con contenerlas (Monsiváis, 2000) y monopolizar masivamente el goce de los tiempos de ocio.” (Rincón, 2001, p. 217).

En el tercer ámbito, Orozco en Rincón (2001), se enfoca en la perspectiva tecnológica que se encamina en hacer cada vez más interactiva y personalizada la experiencia televisiva, así la “tecnicidad videoelectrónica” como es denominado por el autor, concluyen que “-como ha sugerido Martín-Barbero- en la cultura occidental se ha verificado una escisión histórica con la tecnología, por la que se ha separado lo que tiene de instrumental con lo que conlleva de transformación perceptual (1990). Escisión que la televisión y en general lo audiovisual mediático han hecho manifiesto más que nunca al servir de catalizadores.” (p. 218).

El último ámbito en el cual (Orozco en Rincón, 2001) se enfocan para poder tener una mejor comprensión del fenómeno televisivos y sus audiencias en constante cambio es la “institucionalización de la televisión”, la cual en el caso de América del Sur, se ha implementado con fines económicos, mercantilistas, relegando y obviando sus otras cualidades para generar desarrollo social que son las políticas educacionales y culturales; cualidades que han sido relegadas por el lucro mercantil y que con el paso de las décadas y la construcción de conocimiento académico alrededor del medio televisivo han estado más en la mira de los diferentes grupos sociales con la expectativa de poder brindar mejores opciones frente a las complicaciones sociales en la que el espacio público está cada vez más estigmatizado, él autor hace una reflexión sobre cómo los televidentes no nacen, sino que se educan y se hacen a medida que interactúan o “se desenchufan” de la cotidianidad.

En este punto el autor se centra en las mediaciones, que son aquellas formas de ver, escuchar, percibir y sentir los contenidos televisivos al momento de tener actividades alternas en el momento de

estar ante la televisión, en muchas ocasiones de forma imperceptible e incluso automática por parte de los televidentes (Orozco en Rincón, 2001).

La clasificación de las diferentes mediaciones según (Orozco en Rincón, 2001) son: las individuales, que según su experiencias individuales y sus expectativas visuales y sonoras termina conformando comunidades de interpretación, que a su vez generan individuos culturizados para continuar con el proceso de televidencia en ocasiones de forma inconsciente, que están condicionados por sus gustos particulares, su posición económica, condición y preferencia sexual, a parte de las condiciones generales como horarios disponible frente al televisor, acceso a tv cable o señal nacional, edad y grupo social, teniendo presente que estos son contextos que son naturales.

Para una mejor asimilación de término de las mediaciones Orozco en Rincón (2001) las define como micromediaciones y van “desde el contexto meramente situacional, físico de los actos de ver televisión, hasta los contextos simbólicos, racionales, emocionales, axiológicos, institucionales, sociales, políticos, económicos y culturales.” (p. 221).

Entendido el asunto de la mediación y micromediación cabe sumergirse más en dicha estructura haciendo una segmentación en la tipologías o órdenes de las teleaudiencias según Orozco, en donde las teleaudiencias primarias o de primer orden son aquellas que tienen un contacto directo con los contenidos en televisión, añadiendo una significación y apropiación de lo apreciado en el contenido televisivo. Esta figura “se integra con los contextos racionales y emocionales desde donde miran los televidentes, y que los ancla situacionalmente frente a la pantalla, conformando su televidencia primaria no sólo en un proceso distintivo, sino en un producto resultante de decisiones e intuiciones previas, de estrategias y ritualidades construidas y de varias otras mediaciones de su ser sujetos individuales y sociales en un espacio y tiempo histórico particulares.” (Orozco en Rincón, 2001, p. 222).

Las televidencias de segundo y tercer orden para Orozco en Rincón (2001), se producen al momento en que los televidentes no están inmersos de lleno en la experiencia televisiva. Estas formas de entendimiento y contacto puede ser tanto directo, indirecto, audiovisual, simbólico, explícito o tácito como también efímero o perdurable como también débil o fuerte, respecto a el mensaje interpretado y el nivel de apropiación por parte de la teleaudiencia y es en este punto donde el televidente se conciente o no de esto “miniprosesos y actos televisivos, se entenderá también que la televidencia transcurre por diversos “escenarios”, en donde los televidentes, manteniendo un contacto con el

referente televisivo, se reapropian, reproducen, negocian, resisten o aceptan los sentidos propuestos por la televisión y construye y reconstruyen los suyos propios.” (p. 223).

Estas mediaciones se dan tanto en esferas sociales como también se dan desde la misma televisión, en donde estos escenarios se hacen ante todo posible a partir de la disposición de los diferentes actores tanto institucionales como iniciativas sociales e individuales. Las mediaciones institucionales tienen según Orozco en Rincón (2001), las macromediaciones en donde “la mediación televisiva con sus cuatro dimensiones, como las provenientes de todas las otras instituciones donde deambulan las audiencias en tanto sujetos sociales, a la vez que abrevando, significando su intercambio social, político, económico y cultural. Esta “macro” mediación constituye quizá el conjunto de mediaciones más directo, sistémicas, complejas e incisivas en los procesos de televidencia.” (p. 227-228).

Así es como reitera el autor que las audiencias siguen patrones de consumo televisivo frente a las acciones en las que están inmersos en sus actividades sociales, en tal medida por generar una acción conveniente para su individualidad o sus diferentes círculos sociales en los cuales busca la supervivencia, preservación o el ascenso sociocultural.

Entre las instituciones mediatizantes Orozco en Rincón (2001), resalta el hecho que “se realiza simultáneamente en el seno de varias instituciones: laboral, barrial, escolar, religiosa o partidista, entre otras.” (p. 228).

Añadiendo factores que segmentan el tipo de teleaudiencia e instituciones mediatizadores según “ámbito de incidencia, relevancia y trascendencia para las televidencias.” (Orozco en Rincón, 2001, p. 228). Orozco hace una descripción breve pero completa de la institución política, como mediadora, pero la cual a perdido credibilidad por la gran oleada de desacreditación democrática en los diferentes territorios, que hasta ahora intenta volver a estabilizarse, además de los mediadores del entorno familiar en el cual siempre está latente las buenas costumbres y las posturas sociales tanto de hombres, mujeres y niños según su nivel adquisitivo y posición social, situaciones y factores en donde entra la responsabilidad de los creadores de contenidos para no agrandar brechas y estigmas sociales, sino generar puentes y conexiones entre culturas y clases sociales con el fin de brindar la prevalencia de las cartas constitucionales y que se puedan suplir los derechos básicos y esenciales para un desarrollo integral de todas las culturas y todos los humanos en las diferentes regiones del planeta.

Como lo exponen Rincón y Estrella (2001) en *Televisión: pantalla e identidad*, en donde el proceso comunicativo siempre está intermediado por una cultura la cual se inscribe inevitablemente en un momento histórico que están atravesados por convenciones, códigos y condicionantes de orden simbólico y que de forma inconsciente se expresa y expone por medio de mensajes contruidos por todo ese paisaje simbólico que los autores enmarcan como Cultura-mundo aquella en la cual participamos y Cultura-local en la cual nos apoyamos para poder dar testimonios comunicativos. (2001, p. 21).

Respecto a la cultura-mundo Rincón y Estrella (2001) lo sintetizan siendo “al escenario donde todos nos sentimos iguales como consumidores o en cuanto interese (la ecología) o por grupalidad (los jóvenes).” (p. 21).

Esté tipo de cultura se construye entre otras por “los valores, los gustos, los temas, los personajes más medios del humano-medio. La cultura-mundo va más allá de los territorios, las lenguas, las etnias y las religiones para constituirse en un referente universal” (Rincón y Estrella, 2001, p. 22). Buscando una estandarización de los significados y apreciaciones para lograr un consenso respecto a la significación de los símbolos expuestos en nuestro caso en televisión.

Entre las actividades que proporcionan elementos culturales de esta índole están presentes en los medios masivos de comunicación, el turismo, el mercado y las tendencias de consumo de los productos e ideas de grupos de poder que adscritos como modas y gustos de época o temporada, la comida, los centros de anonimato y tránsito en donde se es consumidor, pasajero, comprador. Otro elemento que es situado como factor para generar cultura-mundo es la actitud de estar presente, ante la necesidad de ser positivos ante las situaciones adversas que no son un asunto individual, sino un constante añoro y exigencia de un estado equitativo e imparcial y la búsqueda del bienestar comunal y el comunicar, vivir e interactuar en la ciudad como un “escenario natural de comunicación.” (Rincón y Estrella, 2001, p. 24).

Respecto a la *Cultura-local* Rincón y Estrella (2001) la diferencian como “aquella que es tradición, que busca preservar lenguas nativas, estéticas propias, de territorio, raza y en busca de pluralidad de ideas y sueños.” (p. 25).

“El máximo aporte de la cultura-mundo serán algunos modelos de trabajo para hacer más eficiente la producción de sentido, pero las narrativas, los estilos, las estéticas y las temáticas provienen de la cultura local.” (Rincón y Estrella, 2001, p. 26).

Un último concepto que es de vital importancia para comprender e interpretar, respecto a las pulsiones y necesidades de las audiencias es el engagement, término que expone González (2016), quien se apoyó en Kobayashi (2008) para definirlo como “un esfuerzo por parte de los actores de la industria por establecer una conexión profunda entre productos (programas), medios (canales), marcas (anunciantes) y consumidores (televidentes), con lo cual se puede decir que la filosofía implícita del engagement en esencia encarna un enfoque holístico sobre el proceso de comunicación y de consumo.” (p. 12).

Así que en González (2016) en donde el término de engagement se propone a rastrear y sondear “principalmente con las motivaciones, las respuestas emocionales, las respuestas cognitivas y los comportamientos observables de las audiencias.” (p. 13). En busca de esta multifuncionalidad permite una comprensión de las necesidades que necesitan suplirse en el medio televisión desde las audiencias con énfasis en las expectativas de sus experiencias.

Respecto a las actividades de consumo de contenidos televisivos y la morfología de cómo las experiencias motivacionales se presentan en el fenómeno comunicativo González (2016) destaca que pueden presentarse de dos tipos: Siendo “de acercamiento o de rechazo hacia el objeto/producto experimentado. Asimismo, aseguran Calder y Malthouse, hay otra diferenciación importante, y es que algunas experiencias son fruto de motivaciones intrínsecas y otras de motivaciones extrínsecas. Las primeras se caracterizan por que la actividad de consumo del medio es el fin perseguido por el consumidor. En las segundas, el consumo del medio es el camino para llegar a una meta diferente.” (p. 15).

De esta forma las formas en que las audiencias interactúan y generan afinidades y emociones por un producto/programa/contenido televisivo van según González (2016) quien retoma a Calder y Malthouse (2008) son tipo de motivación (Intrínseca o Extrínseca). Experiencia de acercamiento (Transportación o Promoción-prevención) y Experiencia de rechazo (Irritación o Rechazo). Siendo esta una de las maneras en que se pueden identificar a las audiencias mediante prueba de interacción directa sobre si un programa es afín o molesto para grupos de audiencias específicos.

7. 6 Formato, géneros y lenguajes televisivos

Desde la perspectiva de Carrasco (2010) el formato es aquel “Conjunto de características formales específicas de un programa determinado que permiten su distinción y diferenciación con respecto a

otros programas sin necesidad de recurrir a los contenidos de cada uno como criterio de demarcación.” (Carrasco, 2010, p. 180).

De esta forma se ubica la concepción del término en el ámbito televisivo en García-Avilés (2021) en donde

“Los formatos son variaciones formales de los géneros, con cierta gradación y relación de dependencia de uno respecto al otro (Saló, 2003). Sin embargo, como subraya Gordillo (2009: 42), “en la hipertelevisión se observa una subordinación de los géneros a la lógica de los formatos, debida, entre otras razones, a las condiciones en las que operan las industrias culturales, y a las complicadas relaciones entre beneficio, éxito y competencia entre cadenas de televisión”. (García-Avilés, 2021, p. 2).

Y respecto a lo que las audiencias están esperando es de suma importancia citar a Mazziotti en Rincón (2001), en donde se define que: “Los géneros pueden equipararse a las fórmulas, sin que este concepto se piense de manera peyorativa. Constituyen una práctica cultural, un conjunto de características que se modifican en cada nuevo ejemplo que se produce. Se los define como sistemas de orientaciones, expectativas y convenciones que circulan entre la industria, los sujetos espectadores y el texto.” (Mazziotti en Rincón 2001, p. 183).

Siendo así el género una convención cultural, que se presta para darle el carácter de continuidad a un conjunto de conocimientos en pro de la transmisión de saberes específicos con fines de instruir, educar, entretener en medio de las dinámicas sociales. Siguiendo la descripción de Mazziotti en Rincón (2001),

“Los géneros televisivos están contruidos con base en la narrativa aristotélica, o tradicional, que es la que prima en los medios masivos. Son modos de la narrativa. La narración supone una introducción a (la exposición de una situación dada), un desarrollo (la ruptura de esa situación y el surgimiento del conflicto) y el desenlace (la resolución, o la restauración del orden). Los géneros, entonces, tienen que ver con los modos en que se articulan la disrupción/restauración de ese equilibrio inicial.” (Mazziotti en Rincón, 2001, p. 183).

Y afirmando y definiendo las características de los géneros entre aquellas relaciones de conceptos e ideas que permiten la intertextualidad, e incluso la posibilidad de que se produzcan razonamientos

polisémicos, siendo así que los géneros son matrices que aglomeran las diferentes culturas, tradiciones y lógicas populares de grupos poblacionales que se sitúan en un ámbito de universalidad de lo relatado. “Los géneros tienen una función económica y cultural.” (Mazziotti en Rincón. 2001, p. 184), en lo que se detiene a clasificar como la estandarización permite “un piso común entre autores y audiencias” (p.184), y permitiendo que se produzca tanto una constancia por preferencia de una audiencia o espectador según los diferentes fines para los cuales es diseñado y producido el contenido televisivo, lo que garantiza en dicha constancia un tratamiento temático específico y en la medida de reforzar que en Mazziotti en Rincón (2001), el género “supone una estructura repetitiva. En sentido estricto, prevalece en ciertos géneros que precisan la continuidad narrativa de los relatos (series, telenovelas, telecomedias, dramatizados). El trabajar con géneros facilita el armado de la programación de una señal. Ya que la confección de la parrilla de programación (Scheduling) se adecua o se vincula fuertemente con los ritmos de la vida cotidiana, al planear y organizar la producción o la emisión de programas para determinadas y diferentes franjas horarias, recurrir a los géneros simplifica la tarea.” (Mazziotti en Rincón, 2001, p. 185).

En cuanto a la función cultural descrita en Mazziotti en Rincón (2001), la enmarca en la relación de gratificaciones que pueden obtener las audiencias de contenidos televisivos, exponiendo “para la audiencias la gama de placeres que deben esperarse.” (p. 185).

Siendo así, el género la descripción, la sugerencia emocional y disposición a la cual las audiencias se deben preparar y someter para la integración con el contenido televisivo. En Mazziotti en Rincón (2001)

“los géneros son activadores de saberes y competencias. Crean una relación de complicidad y pertenecía a una comunidad. Ligado estrechamente a las formaciones del imaginario, la estructura del género permite explorar los límites entre lo permitido y lo prohibido. Asimilan cambios de valores, facilitan la transición entre viejos y nuevos modos de expresar las cosas.” (p. 186).

También es de valor considerable el resaltar que los géneros televisivos tienen tanto variantes dentro de su contenido, como también segmentaciones que se producen por el tipo de programa o contenido televisivo al cual esté adscrito. Y de cuyas variantes se desprenden nuevas categorías de géneros que se pueden producir por diferentes situaciones; que como bien lo cita Barragán (2016), quien se

apoya en las clasificaciones de Bajtin quien presenta una clasificación y descripción del amplio universos de así:

“los géneros discursivos simples y los complejos. Los primeros obedecen a lo cotidiano y a la comunicación inmediata, como el diálogo coloquial. Por el contrario, a los segundos les corresponden un carácter ideológico, pertenecen a una comunicación más desarrollada y organizada, es decir, más institucionalizada.” (p. 4).

En donde continuando con el mismo orden de ideas en Barragán (2016), según Bajtin, quien es interpretado por Calderon hay unos criterios específicos que a su vez están influidos por una esfera social, unos participantes y sus relaciones como productores o consumidores de los géneros. Dichos criterios se condicionan bajo las relaciones y condición de: “(i) el nivel de relación que tienen los interlocutores con el contexto: inmediato o mediato; (ii) el nivel de elaboración discursiva de los interlocutores; (iii) las condiciones sociales, temáticas y discursivas de la esfera (Calderón, 2003, p. 47).” (p. 4).

Definiéndose así los condicionantes para que un género, en estos autores de características discursivas sea identificado según la profundidad contextual que se le presente a las audiencias, además de los recursos para la elaboración de respuestas a los mensajes transmitidos y las posibilidades de generar un diálogo que a su vez permita un crecimiento positivo en la construcción social. Lo cual en palabras de Barragán (2016), quien a su vez cita y se apropia de los conceptos de Charaudeau (2012), sobre la situación comunicacional y la interacción entre “las categorías de situación global de comunicación (SGC) y de situación específica de comunicación (SEC) que terminan por estructurar el ámbito de práctica social.” (Barragán 2016, p. 5).

Quienes concuerdan, Barragán y Charaudeau, retomando las ideas de Bajtin en que el género se ubica en la (SGC) y el subgénero equivaldría a (SEC). ambas con el fin de justificar los temas y situaciones relacionadas a las prácticas de interacción social. Concluyen que en: “Charaudeau (2012), parte de varios postulados bajtinianos y reformula otros, para exponer el método de la situación comunicativa que se caracteriza por identificar tres niveles de análisis en la formación y definición de un género discursivo: el situacional, el de las propiedades discursivas (modos de organización del discurso, modos de tematización) y el formal (léxico, sintaxis, materialidad de la interacción, propiedades textuales y paratextuales).” (Barragán (2016, p. 4).

De esta forma Barragán (2016), se apoya en los criterios de Carranza (2012) y definen que las estructuras en las cuales se encuentran los géneros son flexibles, permitiendo y posibilitando que se generen posibilidades de combinaciones entre los diferentes géneros y subgéneros, de forma breve e ilustrativa Barragán (2016) cita así las posibles formas de generarse las nuevas categorías: “la incrustación acontece cuando un género toma elementos del otro para concretar una intención, o también cuando un género amplio incorpora en menor grado otro género: la alternancia consiste cuando se toman dos géneros que en ejercicio se ven delimitados y el sujeto alterna entre uno y otro para configurar su discurso; por último, la hibridación se da cuando dos géneros se funden en uno solo y no es posible delimitarlos.” (p. 5 - 6).

Así estos fenómenos la incrustación, la alternancia y la hibridación sirven para entender en lo que se han convertido los géneros en la televisión. Una descripción de los géneros televisivos que nos brinda Mazziotti en Rincón (2001), van desde categorías de subgéneros también nombrados como microgéneros y dando una introducción a los más utilizados en la televisión pública, los expone y postula como discursos que se deben abordar desde una programación de calidad, supliendo la ausencia de contenidos en la televisión privada y comercial y enfocar siempre sus contenidos en visibilizar la diversidad cultural, en busca de promover valores y deberes de las ciudadanías globales en busca de promover y preservar los derechos humanos, y el trato junto a los animales y plantas.

De Mazziotti en Rincón (2001), también se destaca y sintetiza los argumentos de Richeri, quien apoyado en Blumler, segmentan las dimensiones para fundamentar una programación en televisión pública de calidad basada en la diversidad. Entre las categorías de la diversidad se destacan:

“

- Diversidad sustancial: se refiere a una programación que represente la pluralidad de opiniones; o que permita tener visibilidad, y manifestarse en la televisión a grupos diferentes. Las variadas pertenencias culturales se expresan en la diversidad de estéticas, diversidad de percepciones, de preferencias por los colores, por las tonalidades, por los ritmos y movimientos de cámara que deben estar presentes.
- Diversidad de los tipo de programas: se refiere no sólo a la diversidad de género, sino a evitar el calco o la clonación de programas de un mismo género, que es una práctica a la que la tv comercial recurre en exceso en aras del rating. También alude a romper con la excesiva repetición y estandarización, a buscar la innovación y la cristalización o congelación de un formato.
- Diversidad estilística: se trata de intentar el máximo desarrollo de la capacidad de generar estilos propios de cada grupo de programas. Jugar con la capacidad de estiramiento y

tensión de los géneros, otorgarles un look propio y característico, que se mueve entre lo que resulta reconocible y a la vez sorprendente, que renueve.” (Rincón, 2001, p. 191).

Sintetizando así, los tres ejes que hacen posible que el fenómeno comunicativo se mantenga vigente en la televisión pública. Primeramente un emisor que promueva las múltiples posibilidades de asimilar el mundo desde la imparcialidad y la comprensión de las otras perspectivas y percepciones. Seguido de un mensaje transmitido por medio de programas que sean tanto atractivos como novedosos en su forma de expresar sus contenidos. Y finalizando con la capacidad de condensar los referentes estilísticos y conceptuales tradicionales para poder generar nuevas interpretaciones de los fenómenos que se buscan transmitir por medio de fórmulas propias, buscando llegar a la creación de nuevas fórmulas para relatar los sucesos presentes en la sociedad.

Concluyendo en Mazziotti en Rincón (2001), que hay una necesidad por establecer una calidad en los procesos de creación de contenidos televisivos no sólo desde los componentes conceptuales, sino también desde los elementos técnicos que en la actualidad permite la tecnología digital. “La edición, los montajes, los separadores, los inserts, los fundidos, están teniendo - gracias a los desarrollos digitales- un amplio desenvolvimiento expresivo” (p. 191).

Y complementando la terminología del cómo han evolucionado a la actualidad los categorías en la esfera televisiva, como lo especifica García-Avilés (2021), quién

“De acuerdo con Salgado (2010: 62-63), el infoentretenimiento es un macrogénero televisivo. Al elaborar una taxonomía sobre los distintos géneros que integran el infoentretenimiento, cabe diferenciar:

- Infoentretenimiento en los informativos diarios (Luzón y Ferrer, 2008)
- Reportajes de infoentretenimiento (Domínguez-Quintas y Arévalo-Iglesias, 2020; Gómez-Rubio, López-Vidales, y Blanco-Huerta, 2020)
- Magazines de infoentretenimiento (Ortells-Badenes, 2015)
- Pseudoperiodismo de humor o infosátira (García-Avilés, 1999; Valhondo, 2011)

Además, el infoentretenimiento recibe la influencia del macrogénero de la telerrealidad, que comprende géneros como el dating-show, crime, makeover, docudrama, docuserie, talent y reality show, entre otros (Nabi, 2007; Ramírez y Gordillo, 2013).” (p. 2).

Y en donde Mazziotti en Rincón (2001), expone una lista de géneros dividida en dos grandes grupos, los de “**Información** (Noticiero, Entrevista, Análisis y comentario, Educativo, Religioso) y los de perfil de **Entretenimiento**, los cuales a su vez se subdividen en **Deportes** (Transmisión, Periodístico),

Ficción (Películas, Telefilm, Serie, Telenovela, Comedia, Drama, Humor, Dibujos animados) y **Varietades** (Juegos, Concursos, Musicales, Interés general, Culinario, Documental, Talk show, Reality show, Televerdad).” (p. 188).

García-Avilés (2021), concluye en cómo los géneros televisivos se encuentran en constante mutación dependiendo de la reacción afinidad de las audiencias, concluyendo que

“el infoentretenimiento comprende diversos géneros y, con independencia de la etiqueta con la que se defina cada uno, ofrece un amplio abanico de variaciones y combinaciones que se reinventa constantemente, ya que “los contenidos y las formas narrativas se seleccionan teniendo como criterio supremo el impacto que puedan causar en la audiencia, en lugar de la capacidad para suministrar información relevante, de forma rigurosa” (García-Avilés, 2007: 51).” (p, 2).

Y a su vez García-Avilés (2021), sentencia la necesidad de que “los contenidos y las formas narrativas se seleccionan teniendo como criterio supremo el impacto que puedan causar en la audiencia, en lugar de la capacidad para suministrar información relevante, de forma rigurosa” (García-Avilés, 2007: 51).” (p. 2).

Y en donde Mazziotti en Rincón (2001), concluye que “los géneros son activadores de saberes y competencias. Crean una relación de complicidad y pertenencia a una comunidad, ligados estrechamente a las formaciones del imaginario, la estructura de género permite explorar los límites entre lo permitido y lo prohibido. Asimilan cambios de valores, facilitan la transición entre viejos y nuevos modos de expresar las cosas.” (p. 187).

7. 7 Audiencias críticas televisivas

La alta demanda de audiencias ha hecho que se expanda y diversifique la parrilla de programación de las diferentes cadenas de televisión. Más es una realidad que la exigencia de los diferentes públicos y audiencias va en aumento ya que en la actualidad se cuenta con mayor acceso a las diferentes herramientas de alfabetización visual que permiten un mayor discernimiento sobre los contenidos que se presenta en la pantalla, sin obviar que sigue aún siendo persistente las lógicas convencionales de producción mediocre y que continúa siendo presente en poblaciones específicas el analfabetismo e incluso la posibilidad de elección sobre si ver televisión nacional, regional o cadenas globales. Autores como Herrera (2007), lo exponen en que

“La falta de rigor, las imprecisiones, las calumnias, el empleo de los medios con fines exclusivamente políticos o comerciales, el abuso del off the record, el mal uso del lenguaje, la editorialización excesiva sin sustento informativo, la intromisión en la vida privada de las personas, la búsqueda de información por métodos ilegales, o la exclusión de temas de relevancia pública tampoco han pasado desapercibidas. Junto a estas críticas, se ha denunciado también la tergiversación de los hechos, el ocultamiento de datos y referencias, la manipulación de las declaraciones, la desproporción a la hora de elegir las fuentes, la parcialidad en la exposición de las noticias, el recurso a calificativos que atentan contra la dignidad de las personas” (p. 1).

Afirmación que permite dar una prioridad en el estudio y reconocimiento de la producción televisiva; la importancia de realizar televisión de calidad no solo para captar más audiencias y ganarse las pautas de los grandes socios comerciales que permiten el desarrollo y sostenibilidad de los medios sino también el tener la claridad de qué audiencias más conscientes y educadas también pueden generar un mayor crecimiento social y económico ya que “La importancia de los medios en el actual contexto sociopolítico ha sido también enfatizada a partir de su consideración como nuevos escenarios de representación y reconocimiento social y cultural.” (Herrera, 2007, p. 1).

También retomando a Barragán (2016), quien a su vez destaca a Carranza (2012), en donde tanto contenido como audiencia están sometidos a una relación de dependencia, en donde “los géneros sólo puede ser concebido considerando los interlocutores como sujetos agentes: según Carranza (2012) es sujeto en cuanto agente social condicionado por la posición social que también depende de la situación para articular su discurso; y agente porque el interlocutor tiene múltiples posibilidades como elegir el género, utilizar algunos elementos en menor o mayor grado, según sus necesidades, etc. La visión del sujeto agente permite comprender que la responsabilidad de que los géneros cambien, se modifiquen y desaparezcan con el tiempo corresponde al ejercicio de los participantes y de las condiciones sociales. Esta mirada de Carranza permite comprender el cambio y la relación constante de los géneros en las prácticas sociales” (p. 5 - 6).

En conclusión las audiencias se hacen necesarias dado la falta de responsabilidad y autorregulación dentro de las cadenas y canales televisivos. Como lo exponen en reiteradas veces autores dedicados al estudio de las ciencias sociales, son la sociedad civil y la opinión pública los responsables de generar control sobre los contenidos, su calidad y correcta clasificación en lo respectivo a programas transmitidos por televisión abierta, disponible a personas fáciles de manipular y con unas expectativas muy altas sobre lo que están viendo. Por tal es donde se debe prevenir llegar al sesgo que sigue

latente en la sociedad y que generó en gran medida la aparición de figuras como el defensor de las audiencias televisivas, Herrera (2007), lo expone así:

“Frente a los aspectos negativos de los medios se han presentado diferentes soluciones; así, la lógica sería más o menos la siguiente:

1. Se ha dicho que los problemas de los medios quedarían solucionados si sus dueños, administradores y comunicadores cumplieran los criterios éticos. Pero éstos no se cumplen.
2. Siguiendo a Camus, “cuando la ética no es suficiente, se necesitan reglas”. Pero éstas no se cumplen.
3. También se han hecho autorreglas. Por desgracia, tampoco éstas se cumplen.
4. Así, la última solución es la responsabilidad de los ciudadanos en el uso de los medios.” (p. 27).

Siendo así una labor fundamental dentro de los diferentes grupos de audiencias establecer y exigir un correcto uso y tratamiento intelectual de los insumos con los cuales cuentan estos canales para hacer más allá de un negocio, añadir una labor social y cultural que debe estar presente siempre en su razón social empresarial y que por tal deben fungir diferentes organismos dentro de las audiencias e incluso dentro sus organizaciones empresariales veedores por que se cumplan los parámetros de calidad como bien los defensores de los televidentes y las audiencias debe actuar, operar y generar constante revisión de lo que ocurre dentro y fuera de la programación del canal sin coerción o juicio previo que sesgue su actuar.

En los análisis realizados por C. Scolari, en Orozco (2019), quien a su vez cita los estudios realizados por Boczkowski, Mitchelstein y Matassi (2016), en donde realizando una investigación sobre la mutaciones del consumo mediático de los jóvenes urbanos latinoamericanos. Hallan los resultados que en la actualidad nos encontramos bajo una premisa de “un proceso de “consumo incidental de noticias” y alertas sobre sus consecuencias negativas: se genera una “pérdida de contexto jerarquía del contenido periodístico en la experiencia del público.” (Scolari en Orozco, 2019, p. 10), sugiriendo así como las audiencias jóvenes van perdiendo contextos y dándole mayor prioridad a la inmediatez de la experiencia social, y volcando toda la tensión a redes sociales virtuales y la interacción a partir de opiniones e información que suele procesar según sus gustos, expectativas y necesidades sociales dejando el análisis de los contenidos y los discursos incrustados en ellos relegado a una muy superficialmente apreciación e implementación en las condiciones y actuaciones particulares.

Es aquí donde destacan temas y elementos visuales, y palabras muy específicas del discurso. Respecto a los medios masivos tradicionales, la televisión pasa a ser solo un legitimador de la información en el caso de las noticias, en el caso de los programas de la parrilla, suele ser que una

acción, ya sea intencionada en con objetivos de movilizar discursos ideológicos y de tal forma promocionar ya sea nuevos cambios o preservar ideas y valores, haciendo uso de estrategias de engagement o también se puede generar los cambios por elementos relacionados a sus componentes fortuitos o premeditados que alteran en orden un aspecto tradicional que se puede mover desde su periodicidad, contenidos, e incluso propuestas estéticas, visuales y narrativas del contenido.

Son factores que posibilitan la presentación y presencia de como una calamidad o por el contrario un reconocimiento genere cambios en los entornos habituales de producción y de relacionamiento social con las audiencias del medio de comunicación, canal de transmisión o programa generador de argumentos e integrador de diferentes agentes discursivos.

Son estas nuevas formas de consumo tecnológico y como Scolari en Orozco (2019) lo identifica como la creación de ecosistemas mediáticos, en donde está presente que la virtualidad está ahora controlando y consumiendo gran parte del tiempo de las personas en todas las clases, esferas y rangos de edad.

En Scolari en Orozco (2019), se presenta la necesidad de identificar estas nuevas formas en que los televidentes y audiencias se transformaron en prosumidores (productores + consumidores), así se genera la terminologías para entender cómo la televisión pública tradicional debe de migrar hacia un ambiente mucho más inclusivo, interactivo y participio en donde no solo se acojan nuevas formas de narrar, sino en la medida de las posibilidad que se construyan las narrativas con apoyo de sus audiencias, más aún, en el actual panorama en donde se están constantemente desarrollando contenidos referentes a contenidos de series, programas con enfoque de género, noticieros y magazines de información, entre otra infinidad de gamas que se desarrollan en las televisiones públicas locales de mundo.

Para lograr estas conclusiones Scolari en Orozco (2019), se basa en la descripción las categorías prioritarias para satisfacer las necesidad de las audiencias, En una primera instancia está el factor del nivel tecnológico que se posee para la generación del contenido televisivo, continuado por el contenido mismo, lo referentes a lo ideológico, traducido como un elemento textual, mensaje que se espera la audiencia reciba y traduzca, intérprete y produzca las reacciones, raciocinios, interacciones y actividades psíquicas y físicas.

En Scolari en Orozco (2019), apoyado en Napoli (2010), exponen que es en las viejas audiencias donde se está generando un fenómeno que designan como “fragmentación y automatización.” (p. 12).

El fenómeno de la fragmentación se puede presentar de igual forma en tres sistemas implícitos en el proceso de producción de mensajes y contenidos mediáticos, el primero es el de la fragmentación del medio que en nuestra investigación es la televisión y las plataformas de acceso a sus contenidos y narrativas, seguido por el sistema de los textos, que incluyen las formas los formatos, géneros y las nuevas maneras de narrar y la última esfera es la de las audiencias y los diferentes segmentos que terminan creó y sugiriendo nuevas formas de relacionamiento entre los diferentes actores, tanto productores del contenido, como aquellos que reinterpretan el contenido, por hablar de los más visibles.

Y respecto a la automatización visto desde Scolari en Orozco (2019), apoyado en Napoli (2010), como el concepto que se enfoca en la caracterización de los diferentes estímulos que en la actualidad las audiencias pueden y quieren generar respecto a su posición y situaciones en las que se encuentran sumergidos en la trama y narrativa del contenido televisivo desde las facultades y posibilidades que permite la virtualidad.

En Scolari también se destacan los procesos a los cuales las audiencias deben mutar, y los canales de televisión pública deben promover, buscando que las audiencias puedan pasar de meras masas sin caracterización a crear comunidades virtuales, en donde tanto la creación de usuarios sea a beneficio del ecosistemas y se generen interacciones que generen mayor solidez en la estructura de comunidad entorno a temas vitales en todos los ámbitos no solo los de noticias de último momento, los temas mediáticos de grupos económicos, sino en las políticas de formación ciudadana, los planes de desarrollos de los entes estatales y las políticas públicas en pro de la preservación de los derechos humanos.

7. 8 Historia y evolución de Teleantioquia

Teleantioquia es un canal de televisión de orden social regional, el cual se ampara en la Constitución política de la República de Colombia con el objetivo de preservar los derechos a la libertad de expresión, información y fundación de canales en los medios masivos de comunicación. En medio de la búsqueda de precedentes de la consolidación del canal regional público Teleantioquia se destaca de su portal virtual la siguiente información resumida por parte del investigador así, siendo

Teleantioquia creada en el año de 1985 como una empresa de industria y comercio dado por un contrato entre las Empresas Departamentales de Antioquia (EDA) y el Instituto Nacional de Radio y Televisión (INRAVISIÓN). Consecutivamente se genera una asociación entre el municipio de Medellín en 1987, el instituto para el desarrollo de Antioquia (IDEA) en 1988 y el departamento de Antioquia en 1990.

En 1991 adquiere la naturaleza jurídica de entidad asociativa de derecho público del orden nacional, vinculada al Ministerio de Comunicaciones debido a una reforma estatutaria.

En 1995 Teleantioquia mediante resolución de la junta administrativa departamental se determina su carácter de canal regional perteneciente al nivel regional ante cámara de comercio de Medellín y retomando su naturaleza jurídica de sociedad entre entidades públicas y quedando vinculada a la Comisión Nacional de Televisión y expuesto por las directivas de esta forma:

“DENOMINACIÓN, NATURALEZA JURÍDICA, DURACIÓN Y DOMICILIO

Sociedad Televisión de Antioquia Limitada, identificada con la sigla TELEANTIOQUIA, es una sociedad de responsabilidades limitada entre entidades públicas, (...)

TELEANTIOQUIA como Canal u Organización Regional de Televisión tiene autoridad legal para prestar el servicio público de televisión abierta en el nivel regional. Como entidad pública, hace parte de la Rama Ejecutiva del Poder Público con categoría de Empresa Industrial y Comercial del Estado y es una entidad descentralizada indirecta del orden departamental.” (Informe Ejecutivo, Teleantioquia, versión 12, 04 de abril de 2018, p. 2).

En dicho informe se exponen la razón social y los intereses a los cuales en los cuales se enfoca el canal regional, así:

“OBJETIVOS Y ACTIVIDADES

TELEANTIOQUIA como operador público de televisión, tendrá como objetivo principal la prestación del servicio de televisión regional, mediante la programación, administración y operación del canal o canales a su cargo, al igual que la prestación de los servicios de telecomunicaciones y aplicaciones que permita la convergencia digital. En cumplimiento de su objeto en el ramo de los servicios, la empresa podrá desarrollar las siguientes actividades:

1. De manera directa, en asociación o a través de terceros, estará habilitada para:
 - 1.1 Realización, producción, grabación, emisión, postproducción, fijación, corresponsalía, copiado, transmisión, transmisión y todas las demás relaciones con contenidos audiovisuales para televisión o para cualquier otro medio. Lo anterior, con énfasis en contenidos regionales, orientados al desarrollo social y cultural;
 - 1.2 Realización, producción, grabación, emisión, posproducción, fijación, copiado, transmisión, impresión, intermediación para manejo o administración de planes de medios, comercialización y todas las demás relacionadas con mensajes comerciales y piezas publicitarias para televisión o para cualquier otro medio;
 - 1.3 Administración, transmisión, operación, mantenimiento, alquiler y todas las demás relacionadas con estudios, locaciones, equipos, estaciones y redes de televisión;
 - 1.4 Producción, operación, logística y todas las demás relacionadas con eventos; y

- 1.5 Capacitación en temas referentes a sus actividades.
2. Participación en sociedades, asociaciones, fundaciones o corporaciones relacionadas con su objeto social;
3. Participación en la formulación y evaluación de políticas, programas y proyectos del sector de las telecomunicaciones, y en la ejecución de los mismos.
4. Expedición de sus propios reglamentos de funcionalidad y desarrollo de las demás actividades que señalen los Estatutos y la Ley.” (p. 2).

También dentro dicho informe se presentan una serie de normas de acreditación que les permite optar por subsidios de orden público estatal y soportando en la Constitución Política de Colombia para su ejercicio como canal televisivo:

“MARCO NORMATIVO

La siguiente es la relación indicativa de las principales normas aplicables a la entidad:

- DERECHO A LA INFORMACIÓN, TELEVISIÓN Y PERIODISMO: Constitución Política artículos 20, 73, 75 y 77. Leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996, 506 de 1999, 586 de 2000 y 680 de 2001 (televisión); 1098 de 2006 (Código de la infancia y la adolescencia). 1475 de 2011, 1480 de 2011 (estatuto del consumidor) 1507 de 2012.” (p. 4).

Concluye con la legalización y reconocimiento de las entidades y los actores que regularán su que hacer como empresa operadora pública de televisión.

“CONTROLES ADMINISTRATIVOS EXTERNOS

- MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS COMUNICACIONES, AUTORIDAD NACIONAL DE TELEVISIÓN, ANTV; LA COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES, CRC; LA AGENCIA NACIONAL DEL ESPECTADOR, ANE Y LA SUPERINTENDENCIA DE LA INDUSTRIA Y COMERCIO: ejercen la inspección vigilancia, seguimiento y control para la adecuada prestación del servicio público de televisión (páginas electrónicas www.mintic.gov.co, www.antv.gov.co, www.crcm.gov.co, www.ane.gov.co y www.sic.gov.co/es/).
- COMITÉ DEFENSOR DEL TELEVIDENTE: desarrolla una labor pedagógica independiente del Canal, para los televidentes y presenta recomendaciones para el mejoramiento de la programación (correo electrónico defensor@teleantioquia.com.co)”⁷ (Informe Ejecutivo, Teleantioquia, versión 12, 04 de abril de 2018 p. 7).

Según lo dictaminado por la nación, el Ministerio de Comunicaciones, sus entidades de control y regulación en un artículo de prensa virtual del EL TIEMPO del año 1996⁸, se destaca la creación de la figura del defensor del televidente así:

⁷ Teleantioquia. Informe ejecutivo, versión 12. 04 de abril de 2018
<https://www.teleantioquia.co/wp-content/uploads/2021/05/INFORME-EJECUTIVO.pdf>

⁸“Teleantioquia y creación del defensor del televidente”. EN TELEANTIOQUIA CREARÁN EL DEFENSOR DEL TELEVIDENTE. Periódico El Tiempo. Por: REDACCIÓN EL TIEMPO 27 de noviembre de 1996 , 12:00 a. m.
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-602822>

“El defensor sería elegido por un comité colegiado conformado por los representantes de las asociaciones de periodistas del departamento, el presidente intergremial, el presidente de la Cámara de Comercio de Medellín y el rector de la Universidad de Antioquia. Sería el garante de una información veraz, ética y oportuna y tendría un espacio semanal de media hora.” (Redacción EL TIEMPO, p. 1).

Respecto a la consolidación de la figura del Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia, es creado como “una herramienta de participación en el canal y abrir a la crítica su oferta de televisión para mejorarse.”⁹ (Acuerdo 15, 2016, p. 2).

Desde Teleantioquia y sus estatutos se enfatiza que su figura de Comité Defensor del Televidente se instaura con el propósito de generar un “trabajo pedagógico por medio de la investigación y divulgación de temas relativos a la televisión, cuyo objetivo principal es la formación de televidentes críticos y responsables frente a lo que este medio de comunicación masivo les ofrece.” (Acuerdo 15, 2016, p. 2).

En el capítulo conmemorativo de los veinte años de Saber Tver¹⁰, Ana Cristina Navarro, Gerente de Teleantioquia (2001-2008), expresa que es la televisión pública la que busca generar ciudadanía responsable y televidentes y ciudadanos formados políticamente, atentos a lo que ocurre en su región. A parte de que Saber Tver es un espacio para generar mecanismos de diálogo, control de poder político, veedurías ciudadanas, además de velar por el manual de estilo de los noticieros y permitir diálogo entre canal y audiencias, en busca de obtener retroalimentación y mejorar las experiencias.

7. 8. 1 El papel del Comité Defensor del Televidente

En Saber Tver y su Comité interdisciplinar se busca acercarse a las audiencias y ciudadanías a partir de los diferentes mecanismos y herramientas que brinda la tecnología digital. Generar contenido pedagógico para que las audiencias tengan experiencias activas y participativas.

Comité integrado por un abogado con formación constitucional, un comunicador o representante de los diferentes medios y canales, un representante de la sociedad y un representante de la academia es elegido por un periodo de dos años según los perfiles profesionales y las recomendaciones que las

⁹ Acuerdo 15, Junta administradora, 27 de julio de 2016. Reglamentación del Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia. <https://www.teleantioquia.co/wp-content/uploads/2020/12/Acuerdo-15-Comite%CC%81-Defensor-del-Televidente.pdf>

¹⁰ Capítulo 31 lista de reproducción de canal de youtube Canal Teleantioquia Saber TVer 2022 /20 años del Comité Defensor del Televidente | Saber TVer | Teleantioquia/ 29 de noviembre 2022 https://www.youtube.com/watch?v=V-jE8leXf0o&list=PLxb2lyp0lZCSPlv_Bqx78A_6YCjLslZBd&index=31

directivas del canal y el gobierno de turno tienen en mente para sus administraciones, razones sociales y objetivos mercantiles. (Acuerdo 15, 2016).

En estos dos años de mandato el Comité Defensor del Televidente del canal regional Teleantioquia tiene por misión ser un organismo que genere un diálogo entre las diferentes audiencias del canal que buscan respuestas respecto a los programas transmitidos y los contenidos que en ellos se detienen las teleaudiencias.

Las formas de contactarse con el Comité Defensor del Televidente es a través del correo electrónico Defensor@teleantioquia.com.co, información extraída de la página web: <https://play.teleantioquia.co/saber-tver/> , en dicho portal reposa información sobre el programa de televisión que está asignado para que el Comité exprese y comparta con las audiencias del canal los temas que consideran de mayor interés para hacer un buen uso de los medios de comunicación, específicamente la televisión y los programas y productos del canal regional Teleantioquia.

7. 8. 2 Contexto del programa "Saber Tver"

El actual programa del Comité Defensor del Televidente del Canal regional Teleantioquia tiene sus orígenes en el año 1996 a partir de una necesidad dentro del canal por diseñar y estructuralizar un noticiero que acogiera las necesidades de las audiencias de las diferentes regiones del departamento, la directora de programación del noticiero de esa época Patricia García¹¹ relató que la figura del defensor surgió por recomendación de la organización Nuevo Periodismo Iberoamericano, la cual sugiere añadir la figura del defensor del televidente al manual de estilo del noticiero pero que por iniciativa de los directivos del canal regional fue ampliado para toda la parrilla de contenidos y se le dio un margen más amplio e interdisciplinar de un solo profesional a un comité integrado por un abogado con formación constitucional, un comunicador o representante de los diferentes medios y canales, un representante de la sociedad y un representante de la academia, información extraída del capítulo 31 de la temporada 2022.

Esta primera versión de Saber Tver fue emitida en horarios de lunes a viernes a las ocho p.m, con una duración de cinco minutos en donde se responden dudas, inquietudes y comentarios que las

¹¹Capítulo 31 lista de reproducción de canal de youtube Canal Teleantioquia Saber TVer 2022 /20 años del Comité Defensor del Televidente | Saber TVer | Teleantioquia/ 29 de noviembre 2022
https://www.youtube.com/watch?v=V-jE8leXf0o&list=PLxb2lyp0lZCSPIv_Bqx78A_6YCjLslZBd&index=31

audiencias presentaban por los canales de comunicación (Teléfono, cartas escritas, correo electrónico). En el capítulo del programa que sirve de referencia para sustentar los antecedentes e inicios del programa, Diana Montoya, Directora Saber Tver (2004 -2008), describe el formato del programa como una cápsula informativa después de las noticias para interactuar con los espectadores respecto a los diferentes temas tratados en las ediciones de las noticias.

Paola Vargas Rendon, Directora Saber Tver (2008-2016), describe que en su periodo a cargo del programa tanto como presentadora y directora de contenido del programa, se enfocó más por acercarse a las comunidades y audiencias, asistiendo a los territorios de donde surgen las inquietudes, en busca de generar mayor cercanía de las poblaciones al canal. También en este periodo se continuó dando asistencia hacia las correcciones y aplicaciones correctas de los términos usados en las noticias.

En el periodo a cargo de Paola Molina, Directora Saber Tver (2016 - 2020), se resalta el trabajo por una equidad de género más consciente, inclusión a poblaciones y comunidades, pedagogías respecto a poblaciones con limitaciones sensoriales y la capacitación respecto al lenguaje de señas y Closed Captions. Durante este periodo también surgen una serie de encuentros internacionales liderados por la OID (Organización iberoamericana de defensorías) y la ANTV.¹²

Ya concluyendo lo que fue el programa conmemorativo de los 20 años Saber Tver, Hemel Atehortua, Director Saber Tver (2020-2021) reflexiona que Saber Tver es un espacio para” generar interacción con las audiencias según las necesidades y los fenómenos sociales.”¹³

En la actualidad la información que se brinda en internet, específicamente en el portal del canal regional Teleantioquia y el espacio asignado para el programa Saber Tver, <https://play.teleantioquia.co/saber-tver/>, catalogan al programa dentro de la subcategoría INVESTIGACIONES Y DOCUMENTALES, y seguido de el logo de la temporada actual encontramos una descripción textual del equipo realizador, así:

¹²Capítulo 31 lista de reproducción de canal de youtube Canal Teleantioquia Saber TVer 2022 /20 años del Comité Defensor del Televidente | Saber TVer | Teleantioquia/ 29 de noviembre 2022
https://www.youtube.com/watch?v=V-jE8leXf0o&list=PLxb2lyp0lZCSPlv_Bqx78A_6YCjLsIZBd&index=31

¹³ Capitulo 31 lista de reproducción de canal de youtube Canal Teleantioquia Saber TVer 2022 /20 años del Comité Defensor del Televidente | Saber TVer | Teleantioquia/ 29 de noviembre 2022
https://www.youtube.com/watch?v=V-jE8leXf0o&list=PLxb2lyp0lZCSPlv_Bqx78A_6YCjLsIZBd&index=31

“Dirección: Francisco Pineda, Realizador: Paola Molina, Productores: Claudia López, Editor: Jailer Rueda, Casa productora: Encuadro.”¹⁴

A continuación en la página web oficial sigue un subtítulo sobre la “duración” del programa pero no se encuentra con descripción, y por último está el subtítulo del “elenco” descrito textualmente así:

“Presentador: Olga Restrepo, Comité defensor del televidente: Jaime Andrés Úsuga Marín, Ana Elizabeth Velásquez Toro, Hermandó Muñoz Sánchez, Omar Mauricio Velásquez H, Heiner Castañeda Bustamante.”¹⁵

Y finalizando con una descripción de lo que es Saber Tver así:

“Saber TVer es el programa del Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia, un espacio creado para que los televidentes se apropien de la programación del canal regional, siendo entonces el Comité Defensor del Televidente un contenido de reflexión que vela por el cumplimiento de los objetivos de formación, información y entretenimiento, que escucha y resuelve las inquietudes de los televidentes frente a su programación y motiva el fortalecimiento de una audiencia cada vez más exigente y crítica frente a los contenidos que emite el canal público Teleantioquia.

Escribanos sus comentarios o sugerencias al correo: Defensor@teleantioquia.com.co¹⁶

En este portal solo se encuentra información en forma de hipervínculo hasta el año 2022 y otro hipervínculo que textualmente está descrito como “Primeras temporadas”. Al interactuar con estos hipervínculos encontramos una cantidad de capítulos los cuales están anclados al canal de YouTube oficial de Teleantioquia.

Dentro de las funciones para el desarrollo del programa televisivo del Comité Defensor del Televidente se enumeran según el Acuerdo 15 (2016), “1. El Comité Defensor del Televidente se reunirá dos veces al mes y cuando considere necesario, en el día y hora establecido por todos sus miembros, previa convocatoria del Director del espacio del defensor del Televidente. 2. Se leerá el acta de la reunión anterior, cada una de las comunicaciones escritas o verbales recibidas, se revisará el material objeto de las observaciones de los televidentes y se hará el análisis y el debate de cada caso. Se hablará con la persona responsable de cada uno de los casos y con base a esto, se decidirá por mayoría cuál será la posición del Comité sobre cada asunto. 3. Para el programa de televisión, cada uno de los

¹⁴ <https://play.teleantioquia.co/saber-tver/> extraído de la página a mediados de mayo 2024.

¹⁵ <https://play.teleantioquia.co/saber-tver/> extraído de la página a mediados de mayo 2024.

¹⁶ <https://play.teleantioquia.co/saber-tver/> extraído de la página a mediados de mayo 2024.

miembros del Comité quedará encargado de desarrollar un tema y además dar los lineamientos para la respuesta escrita al televidente. Igualmente deberá realizar de dicho tema para el programa. 4. Los miembros del Comité deberán proponer temas que partan de su iniciativa como televidentes críticos.” (Acuerdo 15, 2016, p. 7 - 8).

7. 8. 3 Descripción de la temporada 2023 del programa

El Comité Defensor del Televidente para el periodo 2022-2024 está conformado por los profesionales: Andrés Usúa, Decano derecho Universidad Santo Tomás, Omar Velásquez, Profesor arte y humanidades Eafit, Hernando Muñoz, Profesor facultad ciencias sociales U de A, Heiner Castañeda, Profesor facultad comunicaciones y filología U de A, Elizabeth Velásquez, Gestora red paz. Quienes al momento de presentarse como nuevo Comité presentan su plan y eje de temas central el de formación de audiencias, en busca de comprender y hacer visible las diferentes franjas de audiencias que transitan durante el día y la semana por el canal regional.

Dentro de esta temporada se logra apreciar una serie de capítulos en los cuales la presentadora Olga Restrepo Bedoya expone e introduce los temas y contenidos que tratarán los invitados según el eje narrativo planteado desde la dirección del capítulo en específico. Dichos contenidos que se tratarán son apoyados y reforzados por uno o varios integrantes del Comité defensores en busca además de ser una voz experta sobre los temas, también para darle importancia a los diferentes temas, actores e invitados, canales regionales y medios comunitarios de la región que se presentaron en la temporada 2023.

En una primera revisión de los capítulos almacenados en la plataforma YouTube, en el perfil oficial de Teleantioquia y en la lista de videos Saber TVer 2023 se aprecia como en la temporada 2023 se realizan una cantidad de programas enfocados a iniciativas y proyectos televisivos cercanos y relacionados con el canal regional Teleantioquia, en busca de y para mostrar un inventario cultural y educativo de los diferentes actores que integran la red comunicacional de Teleantioquia.

Por medio de enseñar generalidades de las dinámicas que presentan la actual tecnología de televisión digital en Saber Tver y el Comité Defensor de los Televidentes buscan generar conciencia, guiar y acompañar cuando estén siendo receptores de algún programa de televisión¹⁷, pedagogía del

¹⁷ Capítulo 31 lista de reproducción de canal de youtube Canal Teleantioquia Saber TVer 2022 /20 años del Comité Defensor del Televidente | Saber TVer | Teleantioquia/ 29 de noviembre 2022
https://www.youtube.com/watch?v=V-jE8leXf0o&list=PLxb2ltp0lZCSPlv_Bgx78A_6YCjLslZBd&index=31

derecho, las facultades, deberes y derechos sobre los límites ante las responsabilidades del canal y las lógicas sobre el consumo televisivo en las regiones e importancia y conocimiento sobre las comunidades, son los pilares que expone el Comité en su capítulo de presentación y posicionamiento que se encuentra alojado en el canal de YouTube de Teleantioquia¹⁸.

De esta forma el Comité 2022-2024 instan a las audiencias a que atenderá las críticas, comentarios sugerencias, analizará y confrontará con realizadores y directivas de la parrilla del canal Teleantioquia para que su opinión como teleaudiencias y que con el apoyo de los Defensores de las Teleaudiencias sean de validez y aporten a la construcción y preservación del canal regional, buscando que sea del interés social y no solo de las audiencias tradicionales sino también reflejado y cautivando con su labor informativa, educativa, pedagógica y de entretenimiento posicionándose así un canal de interés para toda la sociedad.

Respecto a el equipo realizador de la temporada 2023 encontramos que en los créditos finales aparece en marcado en los colores identitarios del programa Saber Tver que son una iconografía en color amarillo y tipografía en negro de el nombre del programa, continuado de una tipografía en blanco con aparición de forma ascendente, enmarcando el siguiente listado de personas y sus respectivos cargos: Ana Elizabeth Velasquez Toro, Andrés Úsuga Marín, Heiner Castañeda Bustamante, Hernando Muñoz Sánchez, Omar Mauricio Velásquez Hurtado. Comité Defensor del Televidente. Francisco Avery Pineda Salinas. Director general. Lina Patricia Henao Ramírez. Productora general. Ángela María Monsalve Rojas. Productora. Ángela Vásquez Botero. Realizadora. Dubian Alonso Zuluaga Gómez, Hernán Darío Arboleda. Camarógrafos. Julián Escobar Quiróz. Asistente de producción. Mauricio Arboleda Correa. Editor. Olga Restrepo Bedoya. Presentadora. Seguido de los Agradecimientos por la participación en el programa específico y los logos de las instituciones en las cuales se apoyaron para la realización del programa. Luego pasado por desvanecido de entra aparece los encabezados de financiación estatal: “Este programa se realiza con recursos del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - FUTIC”. Acompañado del logo del Ministerio de tecnologías de la información y las comunicaciones. Pasa a otro fotograma donde entra por desvanecido “Una realización de:”, esta el logo de Teleantioquia, pasa a otro fotograma por

¹⁸ Capítulo 33 lista de reproducción de canal de youtube Canal Teleantioquia Saber TVer 2022Nuevo Comité Defensor del Televidente | Saber TVer | Teleantioquia
https://www.youtube.com/watch?v=E_Q-r95bvEI&list=PLxb2lyp0lZCSPlv_Bgx78A_6YCjLslZBd&index=33

desvanecido en donde se cita: “Una producción de:”, se encuentra el logo de BNC casa productora de la ciudad de Medellín

7. 9 Estudios de Caso y Ejemplos Internacionales

Desde que el fenómeno de las defensorías se empezó implementar en los canales de radio y televisión más que todo con enfoque público/estatal, se generaron una serie de inquietudes en los productores de contenidos masivos en diferentes regiones del mundo, Pauwels (2014), narra de forma asertiva y concisa lo que fue una primera etapa de las defensorías a lo largo de

“Estados Unidos, Canadá, Francia, España, Portugal, Dinamarca, Estonia, Eslovenia y Australia, entre otros. En estos casos, la columna escrita se transforma en un micro radial o televisivo donde los Defensores analizan la programación, dan cuenta de las quejas de la audiencia y entrevistan a realizadores y especialistas.” (pag. 6).

Uno de los escenarios donde se ha hecho avances y actualizaciones teóricas respecto a las teorías de la televisión públicas es en México en donde según Repoll (2012), la figura del defensor del televidente “se va a modificar significativamente a partir de 2007, cuando las dos televisoras del estado, Canal 11 y Canal 22, tomaron medidas de autorregulación y crearon la figura del defensor de la audiencia. A ellos les siguieron Radio Educación (2008), el Instituto Mexicano de la Radio (Imer) (2009) y la agencia de noticias del Estado Mexicano, Notimex (2010). Al respecto, el actual Defensor de la audiencia de Canal 22 e investigador de la UAM-Cuajimalpa, André Dorcé, considera que “todas estas instancias han contribuido de distintas maneras a abrir canales de comunicación y atención a las audiencias de cada uno de los medios respecto a los cuales median. Estos organismos han sido mediadores fundamentales en la socialización y deliberación, aunque sea parcial, de los principios éticos de la vocación de servicio público; en ese sentido, representan una conquista sociocultural fundamental, sobre todo a la luz de recientes manifestaciones participativas de intervención pública de audiencias en diferendos entre medios, marcos regulatorios y conductores”. Finalmente, antes de presentar el análisis de estas cinco experiencias, daremos cuenta del extraordinario caso de la institución del Ombudsman de MVS Radio, en tanto que surge de un particular proceso de crisis donde las audiencias tuvieron un papel relevante al exigir sus derechos comunicativos a través de las redes sociales.” (Repoll, 2012, pág. 6).

En Colombia se ha hecho un trabajo exhaustivo por dar fuerza a las voz de los televidentes, que ante la violenta realidad que se ha vivido en diferentes formas y por diferentes actores armados, se hace mucho más significativo el velar por aquellos personajes que están presentes en diferentes formas para responder, aclarar e interactuar sobre los asuntos tratados en los medios de comunicación.

Otros autores con experiencia en la labor de defensoría de la televidencias dejan evidencia de su papel con el fin que se construya conocimiento alrededor de la labor emergente por velar por los intereses tanto de las teleaudiencias como también de mantener intacta la razón social e intereses de los canales a los cuales representan según

“Pérez (2005) describe su experiencia como defensora del televidente del canal colombiano Caracol. Con ello muestra las singularidades que definen la función del Defensor del Televidente en el canal. Entre otras, concluye reconociendo que su labor está orientada por los principios de imparcialidad, separación entre información y opinión, respeto al pluralismo en cualquiera de sus formas, respeto a la honra, protección de la juventud, la infancia y la familia, respeto a la igualdad, preeminencia del interés público sobre el privado, transparencia y responsabilidad social de los medios de comunicación.” (Restrepo, Molina, Palacio, Restrepo y Bedoya 2021, p. 153).

América Latina establece una organizaciones que buscan darle voz y tribuna a las teleaudiencia, según la experiencia de Orozco lo expresa así: “Asociaciones del tipo de las “veedurías ciudadanas” de la comunicación social promovidas por la ONG CALNDRIA, del Perú, o la organización nacional brasileña TVER por los derechos de los telespectadores, o las organizaciones mexicanas “Televidentes Alertas” de educación vecinal sobre la programación televisiva o “Comunicadores por la Democracia”, para el desarrollo de una visión ciudadana crítica frente a los medios.” (Rincón, 2001, p. 234).

También nos encontramos con la constitución de la OID (Organización Interamericana de defensores y defensoras de las audiencias¹⁹), organización encargada de agremiar a los defensores de los diferentes países del continente con el fin de generar conocimiento que permitan la constante construcción en los canales en los cuales se encuentran desempeñando su papel. Está organización en su primer congreso, celebrado en el 2014 en Buenos aires, Argentina contó con la presencia de

¹⁹ <https://oidaudiencias.org/>

defensores de turno de diferentes países del continente, desde Argentina hasta Canadá (cinco defensores por parte de Colombia, entre ellos un representante del Comité Defensor del Televidente del Canal Teleantioquia). La constitución de este organismo se realizó con el fin de promover e incentivar las actividades de las Defensorías no solo en la televisión siendo su medio principal de foco, sino con el tiempo cobijar y tener incidencia en los diferentes medios masivos de comunicación en las diferentes regiones del continente con el fin de poder brindar soluciones a las diferentes vulneraciones que se presenten ante los fenómenos que se presente en los medios de comunicación y en el cual las audiencias están siendo partícipes.

7. 10 Defensores del Televidente en América Latina

Para un entendimiento cronológico de la creación y consolidación de la figura del Defensor del televidente y las audiencias en los medios de América, la autora Pauwels (2014), lo relata de forma concisa y asertiva, así:

“En América Latina, el rol del Defensor en los medios de comunicación apareció por primera vez en 1989 en el diario Folha de San Pablo, en Brasil. Luego, se sucedieron experiencias similares en otros periódicos de distintos países de la región. Mientras en algunos casos solo fueron intentos de corta duración, en otros, lograron consolidarse.

En tanto, en el sector audiovisual latinoamericano, lejos se está de un modelo único de Defensoría de la Audiencia. La cantidad de medios que están bajo la órbita del Defensor y la existencia o no de leyes vinculadas al tema, son los aspectos que marcan las diferencias.

En México, Colombia, Brasil y Ecuador, las Defensorías se caracterizan por estar circunscritas a cada medio de comunicación en particular. Sin embargo, en cada uno de estos países hay particularidades que las hacen únicas.

Hay casos que responden a un modelo de autorregulación pura. Tal es el ejemplo de México 5 , donde algunos medios audiovisuales, desde 2007, han creado el cargo de Defensor o Mediador de sus audiencias. Lo han hecho por decisión de sus directivos o profesionales. O sea, sin estar obligados por leyes o normas externas. Tal es el caso de dos canales públicos (Once TV y Canal 22), dos cadenas de radio también públicas (Radio Educación e IMER) y una radio privada (MVS Noticias).

Otros Defensores, surgen como una exigencia que cada emisora de radio o canal de televisión debe cumplir como requisito para funcionar, porque así lo establecen leyes o normas de los organismos reguladores. Sin embargo, existe en esta variante cierta autonomía para los medios en la designación de quien va a ser el Ombudsman. Colombia y Brasil, aunque con diferencias entre sí, son ejemplos de este modelo.

Colombia puede exhibir la particularidad de ser el país que cuenta con la mayor cantidad de Defensores del Televidente . Esto es así, porque una ley de 1996 y normas posteriores emanadas por los organismos reguladores obligaron, primero a los canales privados y luego también a aquellos de gestión pública (tanto nacionales como regionales), a contar cada uno con un Ombudsman dedicado a recibir e investigar las quejas de la audiencia. Además, también se les exige poseer un código ético y contar con un programa de media hora semanal donde el Defensor, que es elegido libremente por cada medio, puede dar cuenta de los

reclamos de los televidentes (Ley N° 335. 1996, 20 de diciembre; CNTV. 2007, 18 de enero y 2011, 30 de junio).”(Pauwels. 2014, p. 9-10).

La OID²⁰ (ORGANIZACIÓN INTERAMERICANA DE DEFENSORES Y DEFENSORAS DE LAS AUDIENCIAS) expresa en su portal virtual los derechos de las audiencias, inscritos dentro de los derechos a información y la comunicación, con el fin de poder lograr sociedad más tolerantes y equitativas respecto al trato de otros y de esta forma los principales valores que se deben promover desde una defensora de las audiencias están:

“Respeto

Recibir servicios públicos de radiodifusión sin ningún tipo de discriminación sea por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

Libertad

A ejercer libremente, sin limitación alguna ni censura previa ni persecución o investigación judicial o administrativa, el derecho a la información, de expresión y de recepción de contenidos a través del servicio público de radiodifusión y de audio y televisión restringidos.

Protección

A recibir programación que propicie el desarrollo armónico de la niñez.

Derecho a recibir avisos parentales ante programas que puedan afectar el desarrollo de la infancia. Estimular su creatividad, así como su interés por la cultura física, la integración familiar y la solidaridad humana.

Equidad

A recibir programación que propicie la igualdad entre hombres y mujeres.

Promover el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia.

Expresión

A recibir información que haga uso correcto del lenguaje tanto escrito como verbal. Con precisión en los términos, normas de ortografía, dicción y uso del idioma o idiomas del país.

Diversidad

Derecho a recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural de la Nación. Derecho a recibir programación que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad.

Transparencia

Derecho a no recibir publicidad engañosa ni publicidad o propaganda presentada como información. Derecho a recibir publicidad ajustada a la clasificación horaria.

Inclusión

²⁰ <https://oidaudiencias.org/>

Fomentar el respeto a los derechos de las personas con alguna discapacidad física o cognitiva. Contar con servicios de subtítulo, doblaje al español y lengua de señas para accesibilidad a personas con debilidad auditiva.

Participación ciudadana

Derecho a Réplica si considera que debe contestar a una acusación, a Rectificación si piensa que alguna información es errada y a Petición si desea una aclaración o ampliación de un contenido.

Información

Derecho a conocer los Códigos de Ética de los concesionarios de radio y Televisión donde queden explícitos los mecanismos de su protección. A conocer los horarios de la programación así como los cambios en ella.

Defensoría

Derecho a contar con un defensor de la audiencia en los medios para recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos que hagan las audiencias, así como medios para acceder al sistema de Preguntas, Quejas, Reclamos y Sugerencias PQRS.

Honra

Derecho a la honra y al buen nombre. Tener en cuenta que imputar un delito a alguien sin pruebas o confirmación judicial puede ser considerado como el delito de Calumnia y hacer aseveraciones mentirosas se cataloga como Injuria y tienen consecuencias penales.

Calidad

Derecho a recibir la señal de manera abierta y gratuita en todo el territorio nacional, con alta calidad técnica visual, auditiva y de conexión a redes.

Democracia

Derecho a recibir contenidos que favorezcan valores ciudadanos, de solidaridad, participación, democracia y convivencia armónica. Los contenidos se pueden tratar sin importar el tema siempre y cuando se tenga en cuenta la edad del público al que va dirigido.

Restricciones

La violencia y la sexualidad explícita sólo son permitidas en horarios para adultos. El proselitismo político y religioso sólo es permitido en condiciones de igualdad en caso de elecciones o de difusión de tradiciones.

Derechos de propiedad

Tanto las obras artísticas que incluyen los productos audiovisuales, fotográficos como de imagen personal cuentan con derechos de autor o de imagen los cuales hay que respetar.

Entretenimiento

Derecho a un sano esparcimiento que no afecte la dignidad de los participantes ni de las audiencias.

Servicio

Los medios de comunicación social son un servicio público, sin importar si su forma de financiación sea pública o privada. El enfoque de sus programas pueden influir en la opinión

pública y en la formación ciudadana por lo que se hace indispensable tener en cuenta el interés público sobre el privado.” (Extraído de OID, derechos de las audiencias²¹).

Resaltando que todos estos valores se deberían de inscribir en los manuales de las instituciones tanto públicas como privadas con el fin de mantener y permanecer en el objetivo de servir a las comunidades con calidad, tolerancia, empatía e imparcialidad.

8. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.

Este estudio se presenta ante la necesidad de generar una diálogo entre la academia y la ciudadanía respecto al fenómeno de la televisión y los atributos y posibilidades de esta con respecto a su constante mutación para continuar vigente como medio de comunicación de las audiencias. En Agenda Digital para la TV Pública en Iberoamérica Orozco (2019) cita a Scolari, quien dice que dado el contexto de la tecnología de televisión digital terrestre y las diferentes fragmentaciones que se presentan en la virtualidad, se puede llegar a muchas más comunidades, zonas y regiones que antes se encontraban incomunicadas, además

“Así, la televisión juega un papel fundamental en la reconstrucción del tejido social de las democracias contemporáneas, el fortalecimiento de la sociedad civil y la vigorización de la ciudadanía activa, crítica y participativa. Es por ello, sostienen, que la«[...] competencia ciudadana se hace inseparable de la competencia televisiva [...] en cuanto son elementos que dan cuenta de una conciencia colectiva cualificada frente a los problemas concretos de la cotidianidad compartida [...]». Y a partir de allí, resaltan la importancia de las ligas de usuarios de medios y de televisión como fórmulas para garantizar «[...] la presencia ciudadana en el funcionamiento de la democracia colombiana.»” (Restrepo, Molina, Palacio, Restrepo y Bedoya, 2021, p. 149).

También es relevante esta investigación para potenciar la participación de las ciudadanías y que contribuyan al crecimiento de los medios de comunicación desde una perspectiva multicultural que incluya las diferentes formas y estilos de vida de las regiones; además, como lo explican Restrepo, Molina, Palacio, Restrepo y Bedoya (2021) quienes a su vez se apoyan en los argumentos de Herrera Damas (20005) y San Andrés (1992), es importante destacar los mecanismos con los que cuentan las audiencias y que deben seguirse promoviendo dentro de los canales no solo de la televisión pública tradicional, sino en las diferentes plataformas y comunidades que trae la virtualidad, para que en todos los medios de comunicación se logre un proceso comunicativo óptimo

²¹ <https://oidaudiencias.org/derechos-de-las-audiencias>

“la defensoría de las audiencias frente a otras instancias o mecanismos de participación: cartas, rectificación y fe de erratas. Frente a la defensoría cabe destacar que su actividad es motivada por la audiencia, debe ser publicado como obligación moral, la publicación implica un tratamiento de explicación y subsanación frente al contenido sobre el cual se solicita control, implica una autocrítica del medio y su objetivo es rectificar una información.” (Restrepo, Molina, Palacio, Restrepo y Bedoya, 2021, p. 151).

El objetivo con esto es ofrecer unas bases para que el lector de este trabajo pueda discernir sobre cuáles son las capacidades y posibilidades que puede y tiene el lenguaje audiovisual respecto al ámbito educativo y de formación de públicos y audiencias, tomando como ejemplo el caso del programa televisivo Saber Tver y cómo a partir de su formato y agenda en el 2023 puede estructurarse una imagen de lo que es el canal Teleantioquia y cómo cumple con su labor de informar, educar y entretener.

8. 1 Necesidad de estudiar la producción de contenidos

La necesidad de estudiar, sistematizar y generar una socialización de los contenidos audiovisuales es de suma importancia para que se transmita información verdadera, acertada y con enfoque plural, concisa y de manera imparcial, ya que cada vez más se segmentan los públicos y audiencias en esta era digital donde la información y los contenidos son de vital importancia a la hora de lograr un ambiente propicio para los diferentes fenómenos social que permiten la sana convivencia entre culturas y comunidades.

Por tal esta investigación es oportuna y vigente ya que se acerca a una figura tan importante en los medios de comunicación, como es el defensor de las audiencias y más aún la figura de un Comité, para contribuir a construir diálogo social no solo entre productores de contenidos y teleaudiencias, sino también entre audiencias de diferentes estratos sociales, raíces étnicas, ideologías y tradiciones culturales de diferentes lugares del mundo.

Así cabe rescatar el informe que edita Terrazas (2021) de la Comisión Nacional de Derechos Humanos de México, el cual acoge pensamientos de varios autores locales que están haciendo sus investigaciones sobre audiencias. En dicho informe, en el capítulo tres “La responsabilidad de los medios”, Raúl Trejo Delarbre expone que la construcción sólida de opinión de las comunidades está influenciada por la formación de audiencias de los medios de comunicación, por ello, con el fin de una

correcta regulación, diálogo y apropiación de los medios de comunicación, expone los que considera los puntos de mayor influencia de los medios en las audiencias, pues las concepciones y conceptos que son expuestos desde la posición de poder del medio comunicativo, genera ideas y creencias que terminan convirtiéndose en opiniones; es responsabilidad del medio rectificar la información que expresa en sus contenidos, ya que a la vez las teleaudiencias tienen el derecho a que se escuchen sus argumentos para la corrección y reparación por perjuicios de las informaciones transmitidas, así en este capítulo, Trejo (2021) concluye, que las audiencias deben estar atentas y expectantes a los siguientes aspectos en los mensajes producidos por los medios de comunicación, en nuestro caso los contenidos televisivos

“En primer lugar: en la claridad del mensaje. Que entendamos lo que se nos dice y, si no, que preguntemos o que reclamemos, que el mensaje sea directo, que no esté envuelto en dobles intenciones o en una retórica que sea difícil de comprender. En segundo lugar la veracidad, lo cual es imposible de lograr del todo en muchos casos. Cada medio puede tener un ángulo, su verdad desde la cual dice las cosas y en todo caso es importante que el medio o el comunicador nos expliquen desde dónde nos informan, desde el interés de un partido político, desde la defensa de principios de carácter ético, desde condiciones religiosas, etcétera, etcétera. Tercero, es importante que haya respeto a las audiencias. Esto lo entiendo como la claridad, como la transparencia, que no haya agendas ocultas. Es necesario, en cuarto término, que el mensaje sea interesante para nosotros (si no le cambiamos de estación, espero que no esté ocurriendo eso ahorita con esta transmisión). Que el mensaje nos diga algo, que nos entretenga, que nos cultive, que nos sorprenda.

Y por último, algo en lo que a veces se repara poco es la integridad de los mensajes. En radio esto es menos frecuente que ocurra pero en la televisión, con mucha frecuencia los contenidos se nos dan de manera segmentada.” (p. 37).

Por tal razón los medios públicos, privados y comunitarios deberían realizar cátedras y crear manuales de alfabetización para todos sus tipos de audiencias para estimular la interacción de los realizadores y productores de contenidos audiovisuales con sus audiencias mediáticas.

8. 2 Impacto en la formación de una ciudadanía informada y crítica

Se espera que desde este estudio del programa Saber Tver temporada 2023, se pueda catalogar y analizar los procesos de formación ciudadana y socialización de las dinámicas de la televisión por parte de los productores, integrantes del Comité Defensor, los actores y equipo realizador, dirigido a fomentar un buen uso de los medios para comunicar y entender los fenómenos comunicacionales y sociales.

“Frente a las ventajas de incorporar un defensor, resalta las ventajas para el medio y el público. Frente a las primeras, el aumento de la credibilidad mejora cualitativamente al medio

en aspectos como la humildad y modestia, refuerza su cercanía con el público y mejora los procesos de trámite de quejas y comentarios. Por su parte, las ventajas frente al público son contar con un mecanismo para expresar su disconformidad sobre la actuación del medio. En relación con la defensoría de las audiencias en televisión, los estudios son escasos. Pérez (2005) describe su experiencia como defensora del televidente del canal colombiano Caracol. Con ello muestra las singularidades que definen la función del Defensor del Televidente en el canal.” (Restrepo, Molina, Palacio, Restrepo y Bedoya, 2021, p. 152).

También se apunta a que este proyecto investigativo permita y genere interés por formar ciudadanías atentas y ávidas a interactuar con las diferentes instituciones y entes de control social, para que se cumplan y mejoren las experiencias tanto individuales como sociales y comunitarias.

“su labor está orientada por los principios de imparcialidad, separación entre información y opinión, respeto al pluralismo en cualquiera de sus formas, respeto a la honra, protección de la juventud, la infancia y la familia, respeto a la igualdad, preeminencia del interés público sobre el privado, transparencia y responsabilidad social de los medios de comunicación.” (Restrepo, Molina, Palacio, Restrepo y Bedoya, 2021, p. 152).

Concluimos con la cita anterior que el modelo de valores y principios éticos que debe seguir todo individuo sin importar su nivel escolar, tradición cultural, origen étnico o nación deben ser los mismo que poseen los profesionales que se asignan para servir como veedores de las dinámicas de interacción entre medios de comunicación y sus audiencias.

8. 3 Contribuciones esperadas del estudio

A través de este estudio se propone una forma de organización temática y aplicabilidad de conceptos prioritarios a tratar dentro del programa Saber Tver con el fin de que sus temas y contenidos logren mayor cercanía con los públicos a los cuales están dirigiendo sus mensajes. Como lo expresa Fuenzalida en la compilación hecha por Rincón (2001) Televisión pública: del consumidor al ciudadano “uno de los caminos de búsqueda para definir una nueva concepción de servicio público televisivo - con una nueva matriz de programación - proviene del estudio de las propias expectativas del receptor o audiencia.” (p. 158).

En este camino, una matriz sobre las expectativas de las audiencias en los medios de comunicación, bien debería ser el siguiente tema a abordar respecto a la conclusión de este proyecto investigativo sobre la construcción de contenidos televisivos enfatizando en la descripción de los contenidos de la temporada 2023 de Saber Tver, programa que indudablemente está influido por la percepción del contenido realizado dentro del esquema del equipo conceptualizador del Comité Defensor de las Audiencias de Teleantioquia, quienes han dado un enfoque, siguiendo ideas y expectativas que se

analizarán a continuación. Fuenzalida en Rincón (2001) lo expresa de forma concreta y efectiva así “el aprendizaje desde la Tv se obtiene más por el reconocimiento afectivo que por la argumentación lógica- conceptual. Esta forma de aprendizaje explica el atractivo por las telenovelas y otros relatos (ficcionalistas o realistas) donde aparecen personajes y situaciones con quienes es posible reconocer la semejanza y la diversidad.” (p. 161).

9. MÉTODO.

Esta investigación se enfoca en la identificación de los aspectos de desarrollo y producción de contenidos televisivos en Saber Tver en la temporada 2023, programa perteneciente al Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia que se ha transmitido de forma semanal por normativa constitucional por el canal regional desde hace veintiocho años.

De este proyecto investigativo que busca entender qué es lo que ocurre entre la etapa de realización y exhibición (transmisión de contenidos) en televisión. Estas etapas de producción audiovisual, en donde sus realizadores se centran en la investigación, preproducción, producción y postproducción del contenido televisivo permite categorizar los temas y formatos de el programa televisivo Saber Tver, temporada 2023 (y que se puede consultar en la plataforma de YouTube en el perfil del Canal Teleantioquia, en la lista “SABERTVER TEMPORADA 2023”), nos permite identificar aciertos y fallos en la creación de estos capítulos de carácter informativo y educativo, con el fin de llamar la atención tanto de academias, grupos de interés, asociaciones y gremio de comunicadores, como también de las audiencias del canal Teleantioquia sobre la creación de dicho contenidos televisivos.

Es la televisión pública un medio que beneficia a la sociedad en la medida en que se apliquen una serie de teorías, baluartes y protocolos en donde tanto realizadores audiovisuales como audiencias logren un lenguaje en común que permita un diálogo e interacción entre ellos, logrando un terreno en común, “simbólico en la conformación de la experiencia humana y en la construcción de sentido de lo real.” Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), y se logre un apoyo desde los diferentes mecanismos tecnológicos implementados por el canal regional Teleantioquia y sus plataformas de comunicación para que la experiencia social sea satisfactoria en todas las esferas posibles.

9. 1 Enfoque metodológico

Se crea un diseño explicativo secuencial (DEXPLIS), el cual será de orden metódico mixto, el cual “se caracteriza por una primera etapa en la cual se recaban y analizan datos cuantitativos, seguida de otra donde se recogen y evalúan datos cualitativos.” (Hernández, 2010, p. 608), en donde el modelo investigativo cuantitativa (CUAN), tendrá una teorización implícita, y en la cual se concluirá con una priorización al enfoque cualitativo (CUAL), de Diseño Narrativo expuesto por Creswell (2005) en Hernández (2010), y los objetivos de la investigación tendrán una orientación teórica en busca de una caracterización de los rasgos esenciales para la creación y producción de contenidos televisivos que promuevan la educación y participación de audiencias televisivas en el contexto de la convergencia digital, con el propósito de responder la inquietud inicial sobre este proyecto investigativo y promover manuales de uso en la creación de contenidos televisivos en el ámbito local.

Este enfoque metodológico comenzará por la recolección y catalogación de los datos de la temporada 2023, del programa televisivo Saber Tver del canal regional Teleantioquia, agrupando los capítulos por temas y subtemas, géneros y recursos narrativos o tecnológicos que se usaron para transmitir los resultados que se generaron en la producción del contenido televisivo.

Además se aplicará un análisis de contenido con enfoque en los géneros televisivos empleados por el programa según las categorías de géneros televisivos de Mazziotti en Rincón (2001), en busca de enmarcar la relación de gratificaciones que pueden obtener las audiencias de lo contenidos televisivos Morley (1996) de la temporada del 2023 de Saber Tver; en relación con los temas de los capítulos, las narrativas, los elementos y recursos tecnológicos que se usaron para darle forma conceptual, identidad y diversidad a los argumentos del contenido, se usó la teoría del género discursivo de Barragán (2016) para abordar los 36 capítulos del programa Saber Tver con un enfoque cuantitativo (de dichos capítulos hay tres, correspondientes a las primeras semanas del año 2023, que no fueron realizados por el equipo realizador encargado del resto de la temporada) con el se busca entablar un diálogo con el fin de entender dicho fenómeno en la realización y producción audiovisual del programa del Comité Defensor de Televidente de Teleantioquia; la totalidad de los capítulos están albergados en la plataforma de YouTube en el perfil del canal Teleantioquia, en la lista “SABERTVER TEMPORADA 2023”; por medio de los créditos se logra inferir que hay 3 capítulos realizados por el equipo de producción interno del canal Teleantioquia, los cuales se ubican en las primeras casillas de la lista de reproducción del canal de YouTube de Teleantioquia y que luego se repiten en las en el 29, 30, 31,

pese a esto se les dará un doble reconocimiento y análisis en este trabajo además de tenerlos en cuenta en el análisis cuantitativo a la hora de computar y tabular los datos globales de la temporada en el modelo.

El investigador diseñará una tabla de contenido y de descripción por cada capítulo de la temporada 2023 del programa Saber Tver, en ellas se consigna: Nombre del capítulo, fecha de transmisión, sinopsis, contenido temático, estructura del contenido, recursos narrativos, recursos técnicos, etiquetas (palabras claves), personajes, productora y enlace de YouTube del capítulo de Saber Tver, Temporada 2023; luego, en base a esta tabulación se podrá catalogar, entender y reflexionar sobre las teorías y métodos empleados desde la perspectiva de la televisión pública que tiene el programa del Comité Defensor de Audiencias para formar teleaudiencias críticas y participativas.

También se desarrollará una tabla general de temas, conceptos, herramientas utilizadas y aportes conceptuales de los capítulos, en donde se agruparán los elementos recurrentes de la temporada 2023 de Saber Tver que permitan interpretar las diferentes técnicas de producción, temáticas y recursos audiovisuales que caracterizan al programa.

El procesamiento de estos datos tendrá una perspectiva **cuantitativa**, para así poder evaluar cómo influye el Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia en la construcción de estrategias para la promoción de audiencias televisivas críticas participativas desde su programa Saber Tver; este análisis se realiza con el fin de generar una base de datos que agrupe los atributos y particularidades de toda la temporada 2023 del programa, posteriormente ingresarlas a una tabla categórica descriptiva donde se analicen los datos de cada capítulo, entre los que se destacarán los de temática educativa e informativa para así detectar qué tipo de contenidos tiene mayor presencia en la temporada; esto luego se cuantificará por medio de etiquetas de temas, subtemas, valores e imagen corporativa del Defensor del televidente del Canal Teleantioquia, basándonos en los conceptos previamente investigados y los derechos, valores y principios que deben promoverse y respetarse en la producción de contenidos televisivos según el estatuto Defensores del Televidente en América Latina de la OID²² y con ellos concluir una etapa interpretativa de la presente investigación, para proceder a construir un texto tipo informe conclusivo respecto a la creación de contenidos dirigidos a

²²ORGANIZACIÓN INTERAMERICANA DE DEFENSORES Y DEFENSORAS DE LAS AUDIENCIAS

las audiencias televisivas en el contexto actual por parte de la temporada 2023 del programa Saber Tver del canal Teleantioquia.

De esta investigación se espera lograr un análisis del discurso según los géneros discursivos de Barragán (2016), el Modelo pedagógico de competencia televisiva de Bustamante, Aranguren y Argüello (2005) y Televisión pública: del consumidor al ciudadano en Rincón (2001), buscando lograr un lenguaje en común y un diálogo fluido con el equipo realizador de la Temporada 2023 de Saber Tver, con el propósito de evaluar las condiciones bajo las cuales se produce este programa televisivo que es financiado por el estado colombiano por medio del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC) y concretamente por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (FUTIC).

Para darle una mayor comprensión a los programas de la temporada 2023 de Saber Tver, se implementará como instrumento cinco entrevistas semi-estructuradas individuales a los profesionales responsables de la creación, preproducción y producción de los capítulos de Saber Tver, Temporada 2023, nombrados en los créditos finales en la lista de videos "SABERTVER TEMPORADA 2023", almacenada en la plataforma YouTube en el perfil del Canal Teleantioquia. Luego, las respuestas de las entrevistas serán analizadas y tendrá una orientación de orden **cualitativo** con preguntas abiertas sobre las rutinas, las responsabilidades, los procesos de creación y producción de los capítulos de Saber Tver, temporada 2023, esto con el fin de comprender el fenómeno de la creación de contenidos televisivos, las respuestas a preguntas del orden de creación conceptual de los capítulos, aspectos logísticos respecto a la creación del programa en cuestión y, posteriormente, comparar estas respuestas con los marcos teóricos adoptados por esta investigación, con el fin de generar un informe descriptivo comparativo en busca de proponer una mejor implementación en los futuros contenidos relacionados al espacio televisivo público con enfoque educativo.

La muestra de esta investigación es una población de expertos dedicados a la realización de televisión y un grupo de integrantes del Comité Defensor de Audiencias del canal regional Teleantioquia encargados de la creación del programa Saber Tver, temporada 2023, a quienes se les realizará una entrevista semiestructurada, en modalidad virtual, con un guión de preguntas abiertas que se les enviará previamente, con el fin de que pueda realizarse una explicación de la producción en la televisión pública regional y complementar las teorías y temas presentados con respecto a cómo se crea este contenido televisivo.

Se realizarán cinco entrevistas individuales a sus respuestas se le hará un análisis descriptivo-analítico textual siguiendo los postulados de calidad discursiva para la televisión pública de Mazziotti en Rincón (2001), el género discursivo en los argumentos del Comité Defensor de audiencias en Barragán (2016), los criterios de veedurías y defensorías de teleaudiencias en Herrera (2007), la lectura preferencial desde Mosley (1996), el modelo pedagógico de competencia televisiva simbólico - cultural en Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), las categorías de las pulsiones en las audiencias en González (2016) y la audiencias críticas participativas en Scolari (2008), para así definir la identidad de Saber Tver, Temporada 2023 y las herramientas conceptuales y tecnológicas que se utilizaron para continuar con la labor de formación de audiencias críticas participativas respecto a los contenidos y posibilidades actuales en el canal regional Teleantioquia.

Aparte se dejarán conclusiones abiertas a la discusión de cómo las audiencias necesitan de un espacio en la virtualidad para retomar los contenidos de forma interactiva y didáctica, en busca de darle mayor presencia al análisis del programa Saber Tver, no solo como un espacio donde se hacen denuncias en torno al canal regional Teleantioquia, sino también como un espacio de aprendizaje, de crecimiento propio y social para las audiencias televisivas y, más aún, para las ciudadanías de la sociedad colombiana.

En busca de amplitud, entendimiento y multiplicidad en la recolección y análisis de datos, se implementará una metodología de investigación cuantitativa y cualitativa, esto con el fin de minimizar la incertidumbre y sesgos ante los resultados obtenidos en las entrevistas semiestructuradas realizadas a los profesionales integrantes del Comité Defensor de Audiencias 2022 - 2024, para obtener un conocimiento más amplio sobre los diferentes protocolos de creación de contenidos televisivos y como estos a su vez aportan conocimientos a distintas disciplinas sociales por medio del lenguaje audiovisual y los modelos de televisión pública que buscan generar sociedades productivas y capaces de asumir los retos de la actualidad.

Además esta propuesta metodológica generará una vista holística que permitirá tener una comprensión integral de lo que fue la temporada 2023 del programa del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia, Saber Tver, dejando una interpretación explicativa para futuras investigaciones y análisis en ámbitos referentes a la creación de contenidos para la televisión pública colombiana.

9. 2 Técnicas de recolección y análisis de datos

Se emplearán una serie de herramientas de recolección sistemática de los temas, de orden cualitativo y a partir de la observación y catalogación de la información expuesta capítulo a capítulo en la temporada 2023 de Saber Tver, almacenada en la plataforma de YouTube, en el perfil del canal Teleantioquia; esto permitirá comprender el tipo de desarrollo y constancia de temas que contribuyan a formar audiencias críticas participativas además, de identificar las estrategias discursivas y narrativas audiovisuales para lograr este objetivo. Las tablas de categorización de contenido son de diseño propio realizadas en el programa Excel y contarán con las variables de los criterios y perspectivas desde la lectura dominante en Mosley (1996), principios y baluartes de la televisión pública en Martín Barbero, Rey y Rincón (2000), cumplimiento de la labor de veedores y defensores de audiencias de Herrera (2007), las descripciones categóricas de González (2016) y la practicidad, accesibilidad y el interés por los contenidos televisivos de Scolari en Orozco (2019). Al final se realizará una tabulación de la información extraída de los 36 capítulos que fueron transmitidos en el programa, para dictaminar si cumplen con los propósitos informativos y educativos según los estatutos y normativas de carácter nacional, en donde el espacio televisivo está reglamentado para que la audiencias puedan obtener respuestas a sus inquietudes e inconformidades respecto a los contenidos emitidos en el canal regional Teleantioquia, también evaluar y valorar cómo el Comité Defensor de Audiencias promueve temas alineados a la teoría de la televisión pública de calidad de Rincón (2001) y el concepto de engagement en González (2016) .

Las entrevistas semiestructuradas serán hechas en modalidad virtual a los directivos, productores, realizadores, profesionales y técnicos del programa Saber Tver, temporada 2023 que estén dispuesto a participar sin generar sesgo o prejuicios respecto al programa o al canal, estas entrevistas tienen una enfoque cualitativo basándose en los conceptos de la teoría de televisión pública en Martín Barbero, Rey y Rincón (2000), los géneros discursivos simples y complejos y los diferentes niveles de interrelación de los interlocutores de Barragán (2016) y concluyendo con la diversidad de los géneros y programas en la televisión pública de Mazziotti en Rincón (2001), todo esto para permitir un mayor entendimiento de los discursos generados por los entrevistados respecto al proceso de elaboración y ejecución de la Temporada 2023 del programa Saber Tver; para finalizar, dichos datos permitirán una mayor claridad y entendimiento de las modelos de desarrollo conceptual, de producción y dinámicas de creación del formato para elaborar un informe escrito sobre los procesos secuenciales de la producción del programa televisivo Saber Tver, temporada 2023 y concluir los procesos de

construcción de contenidos televisivos educativos en la actual era de la convergencia digital y las posibilidad que posee la televisión pública en el territorio colombiano a partir del análisis del programa Saber Tver, perteneciente al Comité Defensor de Audiencias del canal regional Teleantioquia.

I. Instrumento de Análisis de los Contenido en Saber Tver Temporada 2023

1. Objetivo:

Identificar los modelos utilizados en el proceso de desarrollo conceptual y producción de contenidos audiovisuales que se relacionan con la teoría de la televisión pública, específicamente el caso colombiano del programa Saber Tver, perteneciente al Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia, en su temporada 2023. Canal de interés público que contribuye a la formación de audiencias críticas.

Estos instrumentos se comenzaron a ejecutar, aplicar y calibrar en la cuarta semana de mayo de 2024 en un plazo máximo de un mes para el perfeccionamiento de los instrumentos y así comenzar a procesar, catalogar, analizar, interpretar y concluir este estudio exploratorio - descriptivo.

La etapa de aplicación de los instrumentos llevará el siguiente orden:

1. Desarrollar una matriz (Tabla de contenidos televisivos en excel "Individual y General") de análisis de identificación del programa Saber Tver y su contenido en la temporada 2023, alojada en la plataforma virtual YouTube y en la respectiva lista de videos "SABERTVER TEMPORADA 2023", en donde se catalogarán los componentes técnicos básicos (Tema, Género, Temática, Perspectiva crítica, Etiquetas), que permitirán medir y concluir si el contenido de la temporada es polisémico y ambivalente como lo expone Mosley (1996), si tiene presente el universos simbólico y cultural del modelo pedagógico de competencia televisiva de Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), cómo también a qué género discursivo aplican los capítulos y sus respectivas situaciones de comunicación según

Barragán (2016), todo esto con el fin de darle una explicación y comprensión a los conceptos que se desarrollan, presentan y aprecian en la temporada 2023 de Saber Tver.

2. Entrevistas semi-estructuradas para explorar e interpretar las decisiones detrás del desarrollo conceptual y de producción de Saber Tver, temporada 2023. Serie de entrevistas aplicadas al grupo realizador de los contenidos de Saber Tver y al grupo de integrantes del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia 2022 - 2024, con el fin de validar las teorías comunicacionales expuestas en este trabajo investigativo, para concluir con un informe interpretativo - descriptivo - exponencial de lo planteado por los participantes entrevistados en la producción del programa televisivo Saber Tver temporada 2023 y analizando en estas investigaciones los contenidos enfocados en la construcción de audiencias críticas participativas, siguiendo los parámetros de Orozco en Rincón (2001) para lograr identificar los elementos de la metodología analítica de la televisión en un lenguaje en común y un diálogo a partir de las esferas predominantes en la temporada 2023 de Saber Tver.
3. Análisis de contenido: examinar los capítulos de Saber Tver temporada 2023 por medio de etiquetas temáticas y categorías de contenido en base a los manuales y términos audiovisuales del marco teórico para identificar cómo los temas, categorías de contenido y el contenido se alinean con los principios de la televisión pública. Desde los géneros discursivos y sus fenómenos de alteración e hibridación en Barragán (2016), acompañado de una reflexión según los géneros de televisión pública expuesto en Mazziotti en Rincón (2001) y la necesidad de conocer y estudiar las motivaciones de las audiencias para que sea posible un efecto de engagement y estas experiencias motivacionales en González (2016), que generan emociones que a su vez permitan audiencias críticas y participativas televisivas.

*Se hará un análisis textual de las normas y de los manuales que usaron desde el grupo realizador del programa Saber Tver, temporada 2023, según las informaciones procesadas de las respuestas obtenidas por parte del grupo realizador y finalizando con el análisis de las entrevistas del grupo Comité Defensor de Audiencias enfocado en su participación en el proceso de creación de los capítulos y su involucramiento en los procesos de posproducción para finalizar en transmisión televisiva y respectivo almacenamiento en el perfil de YouTube del canal Teleantioquia.

Estos resultados se verán reflejados en las memorias finales a modo de ensayo, buscando generar un marco propositivo para continuar desarrollando este tipo de investigaciones en estudios de educación audiovisual televisiva y entornos virtuales con la intención de formar audiencias y comunidades críticas, participativas y responsables, como también incentivar a generar productos y contenidos televisivos que puedan ser de fácil comprensión para los ciudadanos y audiencias televisivas de otras regiones del país.

1. 1. Preparación del instrumento:

Desde el enfoque cuantitativo se llevará el siguiente orden de ejecución:

1. Selección de capítulos: según la lista de videos “Saber Tver Temporada 2023” del canal de YouTube del canal Teleantioquia se enumerarán, desglosando su contenido y catalogando dentro de las teorías de contenidos televisivos y televisión pública, con el fin de facilitar el análisis del contenido general. Idealmente, se incluye la descripción de los elementos de imagen identitaria del programa, cortinillas y transiciones, diagramación empleada en los capítulos, como varían y se ven reflejados según los diferentes temas y formatos presentados durante la temporada 2023.
2. Desarrollo de categorías de análisis: basado en la revisión de la literatura científica resumida en este proyecto y con un horizonte trazado en los objetivos del estudio, se definen unas categorías específicas que permitan condensar los aspectos de mayor importancia de los contenidos expuestos en el programa televisivo Saber Tver en su Temporada 2023 y cómo estos conceptos están relacionados con los modelos expuestos en el marco teórico de este trabajo en los subtítulos de las **Teorías de la comunicación, la función de la televisión pública** y de igual forma su aporte a la construcción de audiencias críticas participativas televisivas.

10. 1. 1. 1 Categorías de contenidos en Saber Tver, temporada 2023; Descripción de cómo se llegó a la elección de los términos:

- Núm. Capítulo y nombre en YouTube: datos proporcionados por los creadores.
- Fecha de publicación en YouTube: datos proporcionados por la plataforma YouTube.
- Temática: conectividad y plataformas digitales. Formación ciudadana. Elecciones. Inclusión. El Comité Defensor en el Territorio. (Proporcionados por el Director F. Pineda de la temporada 2023)

- Temas: variedad de conceptos que se abordan y desarrollan durante el capítulo. (Tópicos abordados dentro del capítulo, de inferencia del investigador)
- Género: Periodístico o Informativo (Proporcionado por el equipo realizador, Director F. Pineda)
- Perspectiva Crítica: elementos que promuevan el pensamiento crítico y la participación activa del telespectador. (Rincón. 2001, p. 221).
- Etiquetas: generadas a partir de las teorías de la televisión pública en Orozco en Rincón (2001)
- Interacción con la Audiencia: descripción textual de cómo las audiencias participan en cada capítulo.
- Presencia del Defensor del Televidente: cómo y cuánto se involucra esta figura en los contenidos de los capítulos.

*Información recolectada a partir de los capítulos de la temporada 2023 de Saber Tver albergados en la plataforma de YouTube, perfil del canal Teleantioquia en mayo de 2024.

Desde el enfoque cualitativo se da el siguiente orden a la recolección de la información testimonial por parte de los grupos de profesionales responsables de la creación y producción de los contenidos emitidos en Saber Tver, temporada 2023:

1. Definición de dimensiones y conceptos relevantes para incluir en la construcción del prototipo de entrevista a presentar a los dos grupos de profesionales que se seleccionaron según sus responsabilidades en Saber Tver, temporada 2023 (grupo realizador y grupo integrantes Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia 2022 - 2024).
2. Aprobación del instrumento por parte del asesor del proyecto investigativo para evitar sesgos.
3. Catalogación, codificación y descripción de las respuestas obtenidas en una matriz de datos en el programa excel en donde se dispondrán para su codificación y análisis por parte de los grupos responsables de la creación y producción de los contenidos emitidos y transmitidos en Saber Tver, temporada 2023.

2. Codificación:

Partiendo de los datos e información recolectada a partir de la implementación de los instrumentos y catalogación según el foco y cuerpo teórico de esta investigación, se procede a generar una codificación que permita la manipulación de los datos obtenidos y su consiguiente interpretación.

2. 2. Enfoque: cuantitativo.

Para este proceso se desarrollan y aplican unas variables codificadas de la matriz de datos teniendo presente que los análisis de los datos dependen de los siguientes factores: el nivel de medición de las variables y el interés del investigador. Las categorías de codificación se encuentran en el documento de Excel - Tabla Manual de Codificación y análisis de contenido Saber Tver - Temp. 2023 - Teleantioquia, Hoja CODIFICACIÓN_TPM_2023, en donde se destaca tanto la categoría codificada como la frecuencia en la que presenta el fenómeno tabulado.

10. 2. 2. 1. Desarrollo de un manual de codificación: este manual incluye definiciones claras para cada categoría y subcategoría de contenido que se clasificarán y valorarán de acuerdo a cada una de las teorías expuestas para la preparación de cada categoría en particular, en la cual el investigador se apoya para dar una asignación a los códigos televisivos presentes en la temporada 2023 del programa del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia, Saber Tver.

Las categorías que se codificarán serán las siguientes:

Núm. Capítulo y nombre en YouTube: Datos que son proporcionados por los creadores del contenido, su código de identificación asignado por el investigador es: CÓDIGO del YT Cap: STVERYT. Este código es acompañado de la caracter (-) guión y su respectivo número en la tabla SABERTVER_CODIGOS_2023. Ejemplo: STVERYT-1; (este código alberga el título del capítulo 1 de la temporada 2023 de Saber Tver).

Género del capítulo: es una categoría que fue proporcionada por el grupo realizador, en específico por el Director de la temporada 2023, F. Pineda, la cual es género periodístico, acompañado de la otra categoría genérica informativo, ambos codificados con valores numéricos así: Periodístico es equivalente a 1. Informativo es equivalente a 2.

Temática: los valores a codificar son los siguientes: CÓDIGO TEMÁTICA: T. El primer valor que es Formación ciudadana equivale a T-1. El segundo valor a codificar es Inclusión equivaliendo T-2. Siendo el tercer valor El Comité Defensor en el Territorio equivaldría a T-3. Así de forma consecutiva se van sumando uno a uno los valores, en esta categoría se generan convergencia de temáticas, pero no afecta la nomenclatura, siendo así: Conectividad y plataformas digitales más Formación ciudadana el cuarto de los valores su código equivalente es T-4.

Perspectiva crítica: siendo los elementos que promuevan el pensamiento crítico y la participación activa del telespectador, se codificaron de forma numérica al albergar varios conceptos referentes a

las esferas de orden global, así: Código: PC, en el caso del primer término que hace referencia a los valores POLÍTICO, CULTURAL, su codificación equivaldría a: PC-1. Al momento de hacer referencia a la frecuencia de ese intervalo se expresaría así: PCf. Ya en el caso del valor PC-1 tendríamos que anotar que tuvo un PCf de 2 en el transcurso de la temporada 2023 de Saber Tver.

Etiquetas: esta categoría se generalizó a partir de las teorías de la televisión pública en Orozco en Rincón (2001). Para esta categoría se emplea la letra E para su codificación e identificación, siendo necesario anotar que esta categoría también puede albergar varios valores en un solo capítulo. Ejemplo: E 1 equivale al valor que contiene las etiquetas INSTITUCIONAL - INFORMATIVO y a su vez este valor tiene una frecuencia Ef de 8.

Presencia del Defensor del Televidente: Cómo y cuánto se involucra esta figura en los contenidos televisivos de Saber Tver, temporada 2023. Es importante anotar que en algunos capítulos hay presencia de varios integrantes del Comité Defensor o también se puede presentar el fenómeno que no tenga aparición ni referencias a ningún integrante del Comité, valores incluidos de igual manera en forma y rango, identificados por código de categoría y numeración así: en el caso de las intervenciones del integrante del Comité Defensor Heiner Castañeda, se le identificara como PDT 1 y al hacer sumatoria del total de apariciones en la temporada 2023 se identifica como PDTf con valor de 6 capítulos en los cuales participó de forma directa el integrante del Comité.

10. 2. 2. 1, 2. Entrenamiento de codificadores: guía para el entendimiento de los conceptos codificadores para asegurar que se comprendan todas las categorías y la aplicación de los códigos de manera consistente. “Las actitudes tienen diversas propiedades, entre las que destacan: dirección (positiva o negativa) e intensidad (alta o baja); estas propiedades forman parte de la medición.” Hernandez (2010). No se hace necesario el entrenamiento para este proyecto investigativo, al momento de finalizado el informe.

10. 2. 2. 1, 3. Enfoque: cualitativo.

Consecuente a la recolección de datos de contenidos del programa Saber Tver, temporada 2023 y respectiva catalogación se procede a analizar a partir del instrumento aplicado en modalidad de entrevistas a los grupos de creadores de contenidos del programa Saber Tver, temporada 2023, en busca de describir los procesos por los cuales transitaron los creadores de Saber Tver, temporada 2023.

Se crearán una matriz en formato excel de tipología, tabla de categorías titulada Catálogo de respuestas - Entrevistas grupo realizador - Entrevista grupo integrantes Comité Defensor en Saber Tver, temporada 2023, la cual está compuesta por dos hojas entre las que se encuentran: la primera hoja titulada Códigos_respuestas_a_temas_Saber_Tver_2023, la cual cuenta con las preguntas realizadas a los dos grupos de participantes en la creación de los contenidos y de donde se extraen las categorías a codificar en la hoja siguiente titulada CODIFICADORES_Entrevistas_STVER_Tmp_2023, la cual cuenta con unas categorías en base a las preguntas realizadas a ambos grupos (grupo realizador y grupo integrantes Comité Defensor), desde donde se procederá a categorizar desde los siguientes tipologías: profesional entrevistado, a la vez subdividido en el codificador del integrante del grupo realizador asignado al rol del Director (Dir.Pin-) o el codificador de la productora (Prod.Mons) e incluyendo descripción de la pregunta a la que hace referencia las siguientes categorías en la tabla, ejemplificando el caso de la pregunta número 3 al director F. Pineda se codificaría así: (Dir.Pin-1.3). El codificador para la categoría tema (T) estaría expresado conteniendo los siguientes valores así: Información General (Inf_g), Desarrollo y Producción (Des_prod), Temporada 2023 (Tmp_23), Audiencia y Finalidad (Aud). De igual manera, las respuestas que conforman el cuerpo de análisis del grupo integrantes del Comité Defensor se codifica así: en una primera categoría codificada se integran tres categorías (Nombre del integrante Comité Defensor de Audiencias, profesión y nº de pregunta a la que hace referencia), en dichos codificadores primará la profesión a la cual pertenece con el fin de darle al análisis una justificación desde la visión del profesional que responde. Ejemplificando tendríamos este resultado: Int_CDA_Abog_3.1, expresando así que dicho código analítico hace referencia al Integrante del Comité Defensor de Audiencias que es Abogado y a la respuesta de la pregunta 1. La siguiente categoría de codificadores son: Tipología (Tema) compuesta por: Memorias Saber Tver, Temporada 2023, en la que se expresaría codificada como (Mms_Stver_Tmp_23) y perteneciente a las preguntas relacionadas con dichos criterios. Experiencias personales codificado a (Exp_prsonl). Canales de comunicación (Canl_comn). Evidencias en (Evid). Para concluir con la codificación de las respuestas en frases y términos destacados expresado en la tabla como (R_T_dest), donde se sintetiza de forma literal las percepciones de los integrantes del Comité Defensor de Audiencias.

10. 2. 2. 1, 4. Desarrollo de un informe contextual en donde se presentan las evidencias por parte de los grupos entrevistados y sus apreciaciones sobre el tema y objetivos de esta investigación; informe acompañado de frases textuales de las entrevistas y de teorías pertinentes a la temática tratada.

10. 2. 2. 1, 5. Entrenamiento de codificadores con el fin de cumplir con el objetivo de evaluar quienes son los responsables de la creación de los contenidos emitidos y transmitidos en Saber Tver, temporada 2023.

3. Proceso de codificación:

3. 1. Enfoque: Cuantitativo.

1. **Revisión de capítulos:** cada capítulo se visualiza y revisa minuciosamente desde un enfoque semántico y sociológico de la información transmitida, quedando desglosado en una tabla general de contenidos de la temporada 2023 de Saber Tver, que albergará la siguientes codificaciones;
2. **Aplicación de códigos:** los codificadores se generan y aplican a los discursos, códigos y segmentos específicos del contenido audiovisual según las categorías y teorías que se exponen en una tabla que agrupa los valores encontrados para el análisis del objeto de estudio, las categorías de códigos se titulan continuación así: (Tema, enfoque del contenido, perspectiva crítica, interacción con la audiencia, presencia del Defensor de Audiencias) y subcategorías: (Temática: Conectividad y plataformas digitales. Formación ciudadana. Elecciones. Inclusión. El Comité Defensor en el territorio. Temas: Conceptos implícitos de cada capítulo a pertinencia del investigador. Género: Periodístico o Informativo (Proporcionado por el equipo realizador Director F. Pineda). Perspectiva Crítica: Elementos que promuevan el pensamiento crítico y la participación activa del telespectador. (Rincón. 2001, p. 221). Etiquetas: Generadas a partir de las teorías de la televisión pública en Orozco en Rincón (2001). Presencia del Defensor del Televidente: Cómo y cuánto se involucra esta figura en los contenidos de los capítulos.
3. **Registro de datos:** todos los códigos aplicados durante la revisión de los capítulos se registran en una matriz de datos de excel para un análisis posterior en perspectiva analítica Mosley (1996), Scolari en Orozco (2019), en cómo se presenta y desarrolla un contenido televisivo hacia las audiencias y al respecto de las categorías de géneros televisivos de Mazziotti en Rincón (2001), el género discurso y las situaciones comunicaciones presentes dentro de los capítulos de Saber Tver, temporada 2023 en Barragán (2016) y el modelo de competencias televisivas de Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), referente a la participación de audiencias dentro de la temporada 2023 de Saber Tver y el enfoque de los

temas de la televisión pública educativa, en donde el valor informativo y educativo para audiencias específicas debe ser atractivo, envolvente conciso y evidente.

3. 2. Enfoque: Cualitativo.

1. **Muestra:** entrevistas al grupo realizador y al grupo integrantes Comité Defensor de Audiencias del programa televisivo Saber Tver, temporada 2023 del canal regional Teleantioquia.
2. **Códigos:** análisis a las entrevistas con respuestas abiertas sobre los procesos de creación y producción de los capítulos de Saber Tver, temporada 2023 y compilación de documentos relacionados al objeto de estudio. Que permitan realizar un texto explicativo sobre el fenómeno de la creación de contenidos en Saber Tver, temporada 2023.
3. **Categorías de codificación:** se crearán una matriz de códigos en Excel. Dichos códigos contendrán las categorías generadas apartir de las teorías y planteamiento según los patrones generados en las respuestas de los entrevistados (grupo realizador y grupo integrantes Comité Defensor), con el propósito de generar un informe descriptivo, comparativo enfocado en un correcto uso de los elementos teóricos descritos en el marco teórico, necesarios para la creación de contenidos televisivos eficaces, asertivos y pertinentes, en busca de que las audiencias televisivas se formen, instruyan y participen activamente en el fenómeno televisivo público.
4. **Teorías e hipótesis emergentes:** apartir de las codificaciones realizadas según las preguntas generadas y la tabulación de la información en dichas categorías, los resultados serán computados con base a describir las dinámicas de producción televisivas empleadas en Saber Tver, temporada 2023 y las teorías expuestas en el marco teórico de esta investigación Martin Barbero, Rey y Rincón (2000), Mazziotti en Rincón (2001), Barragán (2016), con el propósito de evaluar y concluir los métodos utilizados por los grupos de profesionales y su pertinencia y asertividad en la construcción de capítulos que sirven para educar audiencias televisivas críticas participativas.

4. Análisis de datos:

En cuanto al análisis de datos e interpretación de la información obtenida, debe tenerse presente que esta investigación de orden exploratorio - descriptivo - explicativo, enfocada en el análisis de creación

de los contenidos del programa Saber Tver, temporada 2023, siguiendo así con obtener conclusiones generadas a partir de los siguientes procesos:

- I. Análisis cuantitativo: calcular la frecuencia de cada categoría y subcategoría para entender el énfasis en los diferentes tipos de contenido dentro de la temporada 2023 del programa Saber Tver del Comité Defensor de Audiencias del canal Teleantioquia, haciendo uso de las herramientas de tabulación de las categorías en Tabla Manual de Codificación y análisis de contenido Saber Tver - Temp. 2023 - Teleantioquia, Hoja CODIFICACIÓN_TPM_2023, para entender y explicar los fenómenos implícitos. Esta tabulación permitirá generar un marco interpretativo textual desde las situaciones comunicativas general y específica (SGC y SEC) y el género discursivo de Barragán (2016), las teorías de géneros televisivos para la televisión pública de Mazziotti en Rincón (2001), como también los aportes de Orozco en Rincón (2001) quien habla sobre los modos de abordar los contenidos en la actual “sociedades de la información” y también se tendrá presente el modelo de competencias televisivas de Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), en relación con los valores asignados a los temas desarrollados y transmitidos a las audiencias de Saber Tver, temporada 2023.
- II. Análisis cualitativo: analizar el contexto en el que aparecen los temas críticos y la manera en que se presenta el fenómeno de la creación de contenidos para fomentar la criticidad, teniendo presente las teorías adscritas a la producción de programas y las reglas discursivas desde Hall (1973), acercamiento a la lectura preferencial o dominante en Mosley (1996), los principios para una televisión pública desde Martín Barbero, Rey y Rincón (2000), los criterios para cumplir la labor de veeduría y defensoría de las teleaudiencias en Herrera (2008), las consecuencias actitudinales y de comportamiento desde Aruguete (2007) y las descripciones y categorías de González (2016) y Scolari (2008) con las cuales se pueden identificar si la temporada 2023 posee los elementos necesarios para generar motivaciones en las actuales audiencias televisivas.

5. Revisión y ajustes:

- III. Evaluación de la codificación: se revisa regularmente la codificación para asegurar consistencia y precisión.

- IV. Ajustes del instrumento: si es necesario, se realizarán ajustes en las categorías o en el manual de codificación basado en los hallazgos preliminares o en el feedback de los codificadores.

6. Reporte de resultados:

Según la metodología de investigación de enfoque mixto de análisis de los datos recolectados, se generan los siguientes elementos alineados con la obtención de los resultados planteados en los objetivos de este proyecto investigativo, así:

- V. Conclusiones descriptivas de los resultados tabulados por frecuencias en la Tabla SABERTVER_CÓDIGOS perteneciente a los datos obtenidos en Saber Tver, temporada 2023, almacenados en el perfil de YouTube del canal Teleantioquia y dispuestos para su interpretación teórica orientada hacia una televisión pública educativa con enfoque en la formación de audiencias críticas participativas.
- VI. Análisis de los datos cuantitativos presentes en la Tabla SABER_TVER_CÓDIGOS a partir de los resultados obtenidos de la tabulación y graficación (Dichos resultados generan unos gráficos que estarán en la sección de anexos.), orientando las categorías específicas en la hoja de CODIFICADOS hacia las teorías del marco teórico de este proyecto investigativo.
- VII. Documentación de la metodología y sus hallazgos: se incluye una descripción detallada del instrumento entrevista semiestructurada sobre el análisis de los contenidos televisivos de la temporada 2023 del programa del Comité Defensores de Audiencias Saber Tver, el cual se anexa y alberga en la plataforma virtual Drive, para su revisión posterior junto a los hallazgos de enfoque cuantitativo.
- VIII. Recolección, interpretación y categorización de datos cualitativos de los dos grupos de participantes en el desarrollo y producción de los contenidos de Saber Tver, temporada 2023, entre los que se segmenta por: (Grupo realizador del programa (encargados de generar contenidos asignados por el canal para el programa Saber Tver) y grupo de integrantes del Comité Defensor de Audiencias del canal Teleantioquia (Integrantes pertenecientes al periodo 2022-2024). De donde se concluye los procesos y métodos utilizados para la creación del programa Saber Tver y su perspectiva en la construcción de audiencias televisivas críticas y participativas, los cuales serán descritos en el informe final de la investigación.

- IX. Análisis descriptivo, explicativo e interpretativo apoyado en las teorías comunicacionales descritas en el marco teórico para este proyecto investigativo, y en base a los datos proporcionados por ambos enfoques metodológicos en las cuales el canal regional público Teleantioquia no participó en lo referente a juicios de valor o posturas respecto a las interacciones que tiene el programa Saber Tver con su audiencia.

7. Impacto esperado y aplicaciones prácticas

En primera instancia se busca concluir cuáles fueron los modelos, métodos, manuales de desarrollo conceptual y producción de contenidos televisivos aplicados en el programa Saber Tver de Teleantioquia en la Temporada 2023, esto con el apoyo de sus realizadores y miembros del Comité Defensor del Televidente para llegar a un balance concluyente de lo que fue la Temporada 2023 del programa y así su relación con la construcción de audiencias críticas y si fue acorde a los principios de la televisión pública.

Estas conclusiones se darán por medio de la transcripción de las entrevistas y los testimonios de los profesionales cercanos al programa en la temporada 2023 en sus etapas de elaboración, producción y distribución, dejando así las bases y pilares para pensar nuevos mecanismos y estrategias que sirvan para que las audiencias obtengan una comunicación acertada sin perder el foco en la necesidad de que la información debe brindarse de forma ligera y entretenida.

Clarificando cómo se aplicaron las diferentes etapas de producción de Saber Tver en Teleantioquia durante la temporada 2023, y detallando los procesos técnicos y creativos involucrados en la generación de contenidos para generar una tabulación de la información respecto al flujo de trabajo interno en dicha temporada.

Al sintetizar los temas tratados en Saber Tver durante la Temporada 2023 se logrará entender cómo los diferentes comités defensores del televidente trabajan sus agendas en busca de la construcción de audiencias más participativas.

Con esta investigación se busca concluir si el aporte de los defensores del televidente en Saber Tver 2023 influyó en el tratamiento de los contenidos del canal Teleantioquia y la interacción con las audiencias del canal regional colombiano.

Al catalogar los conceptos tratados en la temporadas del programa Saber Tver, temporada 2023 del canal regional público Teleantioquia según la lista de capítulos en su canal de YouTube y a partir de la matriz de análisis de identificación del programa en su temporada 2023 se concluirá cuales fueron los temas de mayor relevancia para el Comité Defensor del Televidente y su efectividad a la hora de transmitir conocimiento especializado por medio de la televisión, en donde productores, realizadores y técnicos de la temporada 2023 del programa Saber Tver y los funcionarios del canal regional público Teleantioquia que respondieron en base a su participación o conocimiento del programa Saber Tver y la construcción de sus contenidos, haciendo énfasis en su asertividad temática para educar, entretener, o su redundancia temática, monotonía programática o falta de rigor para promover audiencias televisivas activas e incentivar a la interacción en redes sociales y demás mecanismos de interacción del canal Teleantioquia.

II. Análisis de Contenido en Saber Tver Temporada 2023

1. Instrumentos

1. 1. Análisis temporada 2023 programa televisivo Saber Tver de Teleantioquia.

De la pregunta y objeto de estudio de este proyecto investigativo: ¿Cómo se han conceptualizado y producido los contenidos del programa Saber Tver del Comité Defensor del Televidente de Teleantioquia durante la temporada 2023 con el fin de formar audiencias televisivas críticas?, se pueda dar una respuesta definitiva, que es, a partir de la realización de estos contenidos televisivos que se produjeron en forma de capítulos conclusivos, que se transmitieron gracias a la convergencia y el discurso generado de forma contextual, propositiva, participativa y democrática en las reuniones logísticas que realizaban con la participación de ambos grupos de profesionales a cargo (grupo realizador y grupo de integrantes Comité Defensor de Audiencias) de forma presencial en las instalaciones del canal Teleantioquia con el fin de definir los temas, las líneas investigativas y la producción de dos a cuatro capítulos hasta la próxima reunión presencial (datos extraídos de la información recopilada a partir de las entrevistas realizadas a ambos grupos entre la última semana de junio y la primera de Julio del 2024); de las entrevistas a los integrantes del Comité Defensor de Audiencias (Ver ANEXOS), se logró un compendio de percepciones y elementos discursivos para

comprender los procesos de producción de los contenidos televisivos del programa del Comité Defensor de Audiencias, Saber Tver, temporada 2023.

Por el lado del enfoque cuantitativo, en una matriz y tabla de datos de excel se agrupo la información recolectada a partir de las publicaciones y de las descripciones de cada capítulo de Saber Tver, temporada 2023, los contenidos expuestos y correspondientes a la temporada 2023, publicada en el perfil de YouTube del canal Teleantioquia, con el fin darle su respectiva catalogación, tabulación y análisis desde las teorías de producción televisiva publica y de las teorías de la comunicación desde donde se presencia que en los capítulos televisivos de Saber Tver, temporada 2023, “influye, entretiene, instruye o persuade” según Hall (1973), y de igual forma, analizar la perspectiva crítica respecto a los contextos y juicios de entendimiento de la naturaleza del fenomeno televisivo y la relación existente entre los actores que la desarrollaron, traducida como aquella lectura preferencial o dominante desde Mosley (1996), la percepción de la temporada 2023, acompañada de los principios para generar una televisión pública desde Martin Barbero, Rey y Rincón (2000), traducidos en las temáticas y subtemas abordados en cada capítulo complementado con los criterios para cumplir la labor de veeduría y defensoría de las teleaudiencias en Herrera (2008), como tambien la clasificación de comportamientos que puede generar en un receptor desde Aruguete (2007), (2017), y las descripciones y categorías respecto a las pulsiones de las audiencias en González (2016) y de igual forma en Scolari en Orozco (2019), respecto a la facilidad tecnológica con las cuales se pueden consultar e identificar la temporada 2023 que está presente en la virtualidad, además, de si es un programa televisivo por sus componentes narrativos y sistemas de texto (género, temas, formas de narrar, recursos audiovisuales), en Campusano (1992).

De forma paralela se realizará la aplicación del enfoque cualitativo desde la construcción de un modelo de entrevista semiestructurada para entender, conocer e interpretar los hallazgo encontrados en las preguntas planteadas a los grupos participantes (grupo realizador y grupo Comité Defensor de Audiencias) de la creación de los contenidos televisivos de Saber Tver, temporada 2023, a partir de lo cual se analizará la función e integración de las teorías comunicacionales para comprender cuáles de los pilares que conforman la televisión pública en Martín Barbero, Rey y Rincón (2000), los géneros discursivos y sus fenómenos de alteración e hibridación en Barragán (2016), respecto a la segmentación y diversidad de los géneros y programas en la televisión pública Mazziotti en Rincón

(2001), se utilizaron en la construcción de los contenidos en dicha temporada del programa del Comité Defensor de Audiencias.

De igual forma, la información obtenida en las bases de datos virtuales (Portal oficial Teleantioquia Play, perfil de YouTube canal Teleantioquia), por los informes de cierre de la temporada del año 2023 y documentos didácticos e informativos sobre normatividad y regulación de la figura Defensor del Televidente en el territorio colombiano y sus canales de televisión pública, informes brindados por los representantes del equipo realizador del programa y el equipo realizador del canal Teleantioquia a cargo en la actualidad (2024) del programa Saber Tver.

En dichas tablas de análisis tituladas “Tablas Manual de Codificación análisis de contenido Saber Tver - Temp. 2023 - Teleantioquia”, se ordenan y desglosa la siguiente información:

1. 2. Codificación

A partir de los datos recolectados sobre los procesos de creación y producción de la temporada 2023 de Saber Tver y de los testimonios de los grupos inmersos en tales procesos conceptuales, se catalogan y disponen para generar unos términos que permitan la identificación de los fenómenos destacados y de mayor relevancia para definir y sustentar el análisis de este proyecto investigativo.

1. 2, 1. Manual de codificación cuantitativo

Según la información obtenida en la plataforma de YouTube, en el perfil de canal Teleantioquia se desarrolla un tabla de desglose y catalogación de los contenidos de la temporada 2023 del programa Saber Tver, tabla titulada y anexada como ***Tabla manual de codificación y análisis del contenido Saber Tver - Temporada 2023 - Teleantioquia***, la cual se puede ubicar como **Anexo 1 - SABER TVER CÓDIGOS**, siendo así la muestra para la formulación de los codificadores, una tabla con los códigos y categorías interpretativas respecto a las teorías citadas en el marco teórico. En este archivo tipo excel se encuentran por hojas individuales y van desde la recolección de información de la temporada 2023 de Saber Tver, la hoja de códigos y una última hoja donde se codifican las categorías más importantes para el análisis de los contenidos transmitidos durante Saber Tver, temporada 2023, titulada CODIFICADORES.

Con dicha información codificada se realizará un informe escrito explicativo y descriptivo de las particularidades e inferencias desde donde se desarrollarán los argumentos para concluir cuáles

fenómenos son favorables y cuáles deben ser reemplazados dentro del esquema de producción de contenidos en Saber Tver o cualquier otro programa televisivo con enfoque educativo.

El manual de códigos interpretados de la temporada 2023 en formato de tabla de contenido en excel incluye definiciones y descripciones de la temporada 2023 de Saber Tver para las categorías y la asignación de los códigos televisivos en relación con la creación y producción de contenidos educativos y de entretenimiento para ser presentados en el programa del Comité Defensor de Audiencias partiendo de la teoría producción de programas y las reglas discursivas comunicacionales desde Hall (1973), Mosley (1996), Barragán (2016), Aruguete (2007), (2017), González (2016) y Scolari en Orozco (2019), generando las siguientes categorías según las teorías consultadas y la información recolectada desde los instrumentos tipo tablas de categorías tabuladas con el propósito de darle un orden y definición a los contenidos expuestos en Saber Tver, temporada 2023, para explicar y describir el fundamento teórico para crear un programa televisivo atractivo, entretenido y educativo. La descripción de cómo se seleccionaron las categorías para agrupar los datos es la siguiente:

Codificadores:

Aplicación de codificadores: los codificadores aplicados en la categorización de los contenidos transmitidos en Saber Tver se segmentaron de forma específica en las categorías y subcategorías, teniendo como muestra los 30 capítulos realizados a partir de febrero del 2023, más 3 capítulos adicionales que fueron realizados por los equipos internos del canal, capítulos pertenecientes a las primeras semanas del año, y es imperante anotar que también ocurre que estos 3 capítulos que son realizados desde el interior del canal, sin presencia de los integrantes del Comité Defensor también tuvieron una repetición y están ubicados en los puestos 29, 30, 31 de la temporada 2023 y que fueron igualmente analizados respectivamente en las categorías y fueron dispuesto para su tabulación y comparación con un total de 36 capítulos tabulados en base a las teorías sobre los contenidos televisivos con enfoque educativo, publicados en la plataforma de YouTube en el perfil del Canal Teleantioquia en SABERTVER TEMPORADA 2023; dentro de las tablas de categorías y codificación de contenidos se encuentran definidas así, según el horizonte temático y la relevancia de este proyecto investigativo:

Temática (T): Conectividad y plataformas digitales. Formación ciudadana. Elecciones. Inclusión. El Comité Defensor en el Territorio.

Respecto a las variables en esta categoría, se generán a partir de la información recolectada en la entrevista al Director de realización del programa Saber Tver, temporada 2023, con quién se pudo entablar un diálogo productivo, pudiendo permitir el acceso y conocer el informe final de la temporada 2023, en donde estaban incluidas esas variables dentro de los temas tratados en Saber Tver, temporada 2023. Dichas variables, son acompañadas por las teorías de la televisión pública en Martín Barbero, Rey y Rincón (2000) y del concepto *Cultura-local* en Rincón y Estrella (2001), donde la etiquetan como aquella cultura que es tradición, que busca preservar lenguas nativas, estéticas propias, de territorio, raza y en busca de pluralidad de ideas y sueños. (p. 25).

“El máximo aporte de la cultura-mundo serán algunos modelos de trabajo para hacer más eficiente la producción de sentido, pero las narrativas, los estilos, las estéticas y las temáticas provienen de la cultura local.” (Rincón y Estrella, 2001, p. 26).

Perspectiva Crítica (PC): elementos que promuevan el pensamiento crítico y la participación activa del telespectador.

Variables: Social. Económico. Político. Cultural.

Categoría generada desde las teorías de Orozco en Rincón (2001), donde la sociedad de la información es identificada como aquellas “estrategias y ritualidades construidas y de varias otras mediaciones de su ser sujetos individuales y sociales en un espacio y tiempo histórico particulares.” (p. 222). De esta teoría de las mediaciones se generan una serie de subcategorías (directo, indirecto, audiovisual, simbólico, explícito o tácito como también efímero o perdurable como también débil o fuerte) con las cuales se les da formas de entendimiento y medición a las experiencias de las audiencias respecto ha el mensaje interpretado y el nivel de apropiación por parte de la teleaudiencia de los discursos televisivos, más en esta investigación no se harán uso de las posibles interpretaciones de las audiencias.

Presencia del Defensor del Televidente (PDT): cómo y cuánto se involucra esta figura en los capítulos y contenidos de Saber Tver, temporada 2023.

Género discursivo (G): se identificaron dos variables (Periodístico e Informativo) y tomado como referencia las teorías de Mazziotti en Rincón (2001), el género discursivo en Barragán (2016), de las cuales se podrían desprender otras subcategorías dentro de las estructuras narrativas de los capítulos pero que por razones de temporalidad y alcance de este proyecto no se abordaron.

Entrenamiento de codificadores: la guía para el entendimiento de los conceptos codificadores para asegurar que se comprendan las categorías se encuentra descrita en el siguiente subtítulo en dónde

categoría a categoría se sustentan los argumentos y las teorías con las cuales se opta por agrupar de

TEMÁTICA	T _r CODIGO T
EL COMITÉ DEFENSOR EN EL TERRITORIO	T 3
CONECTIVIDAD Y PLATAFORMAS DIGITALES FORMACIÓN CIUDADANA	T 4
CONECTIVIDAD Y PLATAFORMAS DIGITALES FORMACIÓN CIUDADANA EL COMITÉ DEFENSOR EN EL TERRITORIO	T 5
CONECTIVIDAD Y PLATAFORMAS DIGITALES INCLUSIÓN ELECCIONES	T 6
FORMACIÓN CIUDADANA FORMACIÓN CIUDADANA	T 7
EL COMITÉ DEFENSOR EN EL TERRITORIO FORMACIÓN CIUDADANA	T 8
INCLUSIÓN	T 9

dicha forma la información adscrita en la temporada 2023 de Saber Tver.

Categorías de codificación: respecto a la aplicación de los códigos, surgen por la necesidad de comprender los procesos de producción de los contenidos televisivo temporada 2023 de Saber Tver en que se realizó la aplicaciones de codificadores en las siguientes categorías:

YT Cap: STVERYT- (se añade numero del capitulo en especifico)

G: 1 (PERIODÍSTICO) ó 2(INFORMATIVO)

T: valores entre **T1 a T9**

PC: valores entre **PC 1 a PC 7**

PERSPECTIVA CRÍTICA	Tr	CODIGO PC
SOCIAL POLÍTICO ECONÓMICO CULTURAL		PC 3
SOCIAL ECONÓMICO CULTURAL		PC 4
SOCIAL CULTURAL		PC 5
SOCIAL POLÍTICO		PC 6
SOCIAL		PC 7

E: valores entre E1 a E6

ETIQUETAS	Tr	CODIGO E
EDUCATIVO DESCRIPTIVO/HISTÓ RICO		E 3
EDUCATIVO DESCRIPTIVO DE OPINIÓN		E 4
EDUCATIVO INFORMATIVO DE OPINIÓN		E 5
INSTITUCIONAL EDUCATIVO INFORMATIVO		E 6

PDT: valores entre PDT 1 a PDT 10

PRESENCIA DEL DEFENSOR DEL TELEVIDENTE	Tr CODIGO PDT
Andrés Úsuga	PDT3
Ana Elizabeth Velásquez	PDT4
Omar Mauricio Velásquez	PDT5
Ómar Mauricio Velásquez Heiner Castañeda Andrés Úsuga	PDT6
Andrés Úsuga Ana Elisabeth Velásquez Hernando Muñoz	PDT7
Andrés Úsuga Heiner Castañeda	PDT8
Elizabeth Velásquez Hernando Muñoz	PDT9
No hay presencia de ninguno de los integrantes del Comité Defensor de Audiencias de canal Teleantioquia	PDT10

Registro de Datos: todos los códigos aplicados durante la revisión de los capítulos se registran en una base de datos de documento tipo excel, de orden virtual, albergada en la plataforma Drive de Google con el fin de facilitar el análisis y su respectiva revisión para generar el informe.

1. 2. 2. Manual de codificación cualitativo

Se realizó la aplicación de un marco interpretativo Álvarez-Gayou (2003) en Hernandez (2010), a partir de un instrumento para la recolección de datos específicos, tipo entrevista en el cual la muestra son los grupos de profesionales pertenecientes y partícipes de la creación y producción de la temporada 2023 de Saber Tver, que a su vez se subdivide en dos grupos que son catalogados como: grupo realizador y grupo integrantes Comité Defensor de Audiencias, del programa Saber Tver que se transmite por el canal regional Teleantioquia.

De las entrevistas a grupo realizador, grupo integrantes Comité Defensor de Audiencias y los hallazgo encontrados en las preguntas planteadas a dichos grupos participantes sobre la creación de los contenidos televisivos de Saber Tver, temporada 2023, se destaca que hay variedad de respuestas opuestas desde todas las perspectivas inclusive en asuntos de gran importancia como lo es el definir el género del programa, como también que hay elementos en los cuales concuerdan los grupos de entrevistados y que a partir de las cual se analizarán en función a la integración de las teorías

comunicacionales para comprender los aciertos y falencias desde la televisión pública en Martín Barbero, Rey y Rincón (2000), los géneros discursivos y sus fenómenos de alteración e hibridación en Barragán (2016), respecto a la segmentación y diversidad de los géneros y programas en la televisión pública Mazziotti en Rincón (2001), que se utilizaron en la construcción de los contenidos en dicha temporada del programa del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia.

Aplicación de códigos: en un análisis y catalogación de las respuestas sobre los procesos de creación y producción de los capítulos de Saber Tver, temporada 2023, a los grupos (grupo realizador y grupo Comité Defensor de Audiencias) se genera una guía práctica de consulta de las respuestas más relevantes de las entrevistas, respecto al tema y objeto de estudio de este proyecto investigativo, esta guía en forma de tabla categórica se titula **Catálogo de respuestas - Entrevistas grupo realizador - grupo integrantes Comité Defensor en Saber Tver, temporada 2023**, la cual quedará anexada para su consulta, con el fin de generar un ambiente eficiente para la manipulación de los datos brindados por los entrevistados.

Se generaron los siguientes códigos que permiten a su vez unas subcategorías (Conclusiones y comentarios que aporta al objeto de estudio), las cuales se denominan y reinterpretan para la conformación de codificadores que por practicidad serán usados en el informe de este proyecto investigativo.

Categorías de codificación: De los códigos generados según las respuestas a los entrevistados (grupo realizador y grupo integrantes Comité Defensor), con el propósito de generar un informe descriptivo, explicativo y comparativo enfocado en un correcto uso de los elementos teóricos descritos en el marco teórico que son necesarios para la creación de contenidos televisivos eficaces, asertivos y pertinentes en busca de que las audiencias televisivas se formen, instruyan y participen activamente en el fenómeno televisivo público, por lo cual se presentan unas codificaciones definidas así:

Variables profesional grupo realizador:

Población: entrevistado grupo realizador: Codificador: Dir.Pin-1.(Nº de la pregunta) o Prod.Mons-2.(Nº de la pregunta).

Tema (T): Inf_g. Des_prod. Tmp_23. Aud.

Para la información catalogada del director y la productora, así:

Respuesta términos destacados abreviados: R_T_Dest_D-P

Cargo en Saber Tver 2023	Codificador Integrante/Cargo/Nºpregunta	Tr Tipología	Tr Codificador Tema (T)
Director de contenido Saber Tver 2023	Dir.Pin-1.4	Información General	Inf_g
Director de contenido Saber Tver 2023	Dir.Pin-1.5	Desarrollo y Producción	Des_prod

Cargo en Saber Tver 2023	Codificador Integrante/Cargo/Nºpregunta	Tr Tipología	Tr Codificador Tema (T)
Productora general Saber Tver 2023	Prod.Mons-2.4	Información General	Inf_g
Productora general Saber Tver 2023	Prod.Mons-2.5	Desarrollo y Producción	Des_prod

Variables profesional grupo Integrante Comité Defensor:

Población: Grupo integrantes Comité Defensor: Codificador: Int_CDA_Abog_3.(Nº de la pregunta). Int_CDA_Maestr_4.(Nº de la pregunta). Int_CDA_Comncdr_5.(Nº de la pregunta).

Integrante Comité Defensor	Profesión	Tr Nº de pregunta en Código	Tr Codificador grupo integrantes Comité Defensor de Audiencias Teleantioquia + pregunta específica	Tr Codificador de tipología T
A. Úsuga	Abogado	3.3	Int_CDA_Abog_3.3	Mms_Stver_Tmp_23
A. Úsuga	Abogado	3.4	Int_CDA_Abog_3.4	(Experiencias personales) Exp_prsonl

Respuesta terminos destacados abreviados R_T_Dest_D-P
Género periodístico
Construcción colectiva. Reuniones quincenales Comité Defensor, toman la decisión de cuáles correos y temas priorizar, abordar en la producción y distribución del programa.

Tema (T): Mms_Stver_Tmp_23. Exp_prsonl. Canl_comn. Evid.

Integrante Comité Defensor	Profesión	Nº de pregunta en Código	Codificador grupo integrantes Comité Defensor de Audiencias Teleantioquia + pregunta específica	Codificador de tipología T
O. Velásquez	Maestro en hermenéutica y comunicación	4.6	Int_CDA_Maestr_4.6	(Canales de comunicación) Canl_comn
O. Velásquez	Maestro en hermenéutica y comunicación	4.7	Int_CDA_Maestr_4.7	Evid

Respuesta: Términos destacados: R_T_dest.

Criterio sobre género de Saber Tver: Crit_Gen_STver_23

Tr
Respuesta: Términos destacados R_T_dest
más que géneros nosotros lo que hicimos fue atender que íbamos a determinar un tipo de narración una construcción discursiva desde la argumentación atendiendo exposición descripción y demostración. La retórica entonces éramos muy pendientes precisamente de que en esos guiones hubiera una correcta apura una correcta captación que al mismo tiempo hubiera unos intervalos argumentativos y narrativos y que terminaríamos con peroratos con correspondientes Digamos como a las temáticas de tal manera que todo el conocimiento que se daba ahí fuera reforzado a manera de conclusión.

Tr
Criterio sobre género de Saber Tver Crit_Gen_STver_23
la estructura tenía que ver siempre con observación Digamos como lo más eh lo más Consecuentemente posible con actos míticos pero sobre todo teniendo en cuenta que la construcción del discurso narrativo Tenía que estar muy afincado en la argumentación porque básicamente íbamos a hacer un recorrido por temas que son abordables Digamos como desde lo académico y de una manera Digamos como muy densa entonces hay que volverlo Digamos como una historia un poco más más tranquila y reposada. Es un género periodístico es un género informativo periodístico que atiende construcción narrativa no ficción en un modo argumentativo eso es claro.

Codificadores percepciones sobre audiencias: Percps_Aud_CDA.

Tr
Codificadores percepciones sobre audiencias Percps_Aud_CDA
las personas que saben o sabemos cómo se hace la televisión pública cuando realmente esa conversación es muy importante recogería a partir de que dicen los televidentes obviamente insisto Ellos sí participan pero el grado de participación no es voy la verdad y lo otro es hay que entender que la televisión es a la tradicional es a la televisor normal en la casa es una televisión que ya no ven los jóvenes es decir eh los los jóvenes acceden a esa televisión pero a través de otras formas

Interpretación de los datos: al ser un tema donde la muestra es muy limitada, la tabulación de la información en dichas categorías, los resultados computados con base a describir las dinámicas de producción televisivas empleadas en Saber Tver, temporada 2023, las frecuencias se dejaron de lado y se centraron las atenciones en describir los conceptos y experiencias de los entrevistados. Por tal, partiendo de las codificaciones aplicadas y según las respuestas interpretadas y las teorías expuestas en el marco teórico de este proyecto investigativo, con el propósito de evaluar y concluir los métodos utilizados por los grupos de profesionales, su pertinencia y asertividad en la construcción de capítulos que sirven para educar audiencias televisivas críticas participativas se expresan de forma explicativa textual, en busca de generar conocimiento haciendo un compendio de experiencias y su respectiva síntesis a modo evaluativo en escala de efectividad y pertinencia comunicativa de los contenidos de la temporada 2023 de Saber Tver.

III. Análisis de Datos

En la temporada de Saber Tver del 2023 se realizaron treinta capítulos según lo relata el director y guionista de los contenidos F. Pineda, quien asumió la dirección del programa Saber Tver en febrero de 2023; capítulos de los cuales se hará un análisis exploratorio sobre sus contenidos con un enfoque en las teorías de la televisión pública y la formación de audiencias participativas.

1. Tipo de estudio:

Mixto. Explicativo secuencial. Donde el CUAN tiene una teorización implícita sustentada en el marco teórico en los títulos de Teorías de la comunicación, Televisión Pública y audiencias críticas y los casos expuestos en Defensores del Televidente en América Latina. Y a la par, el enfoque cualitativo (QUAL), de Diseño Narrativo desde donde se destacan las experiencias expuestas por los grupos de creación y producción del programa del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia Saber Tver, temporada 2023 y la estructura del problema - solución según Creswell (2005) en Hernández (2012). Además de dar unos planteamientos respecto a la interacción con la audiencia en Scolari (2008), estrategias para enganchar y promover la participación de la audiencia, en González (2016). Retomando las categorías con: la presencia del Defensor del Televidente: cómo y cuánto se involucra esta figura en los contenidos definidos por el investigador desde el género discursivo en Barragán (2016), como en la perspectiva de lo atractivo y perceptivo para las audiencias los cuales influyen en

la agenda pública y en la percepción de los temas y sus atributos en valores sustanciales y afectivos, expuestos en Aruguete (2007), (2017), y generados en el programa televisivo Saber Tver, temporada 2023.

1. 2. MÉTODO CUANTITATIVO

1. 2. 1. **Universo:** Saber Tver, temporada 2023. Programa del Comité Defensor de Audiencias del canal regional Teleantioquia.

1. 2. 2. **Muestra:** 36 capítulos de Saber Tver, temporada 2023 albergada en la plataforma YouTube Canal Teleantioquia.

Descripción de la temporada 2023 de Saber Tver, en donde se destacan y preparan las categorías generadas para su interpretación por medio de las categorías codificadas, presente en **Tabla Manual de Codificación y análisis de contenido Saber Tver - Temp. 2023 - Teleantioquia**

1. 2. 3. **Codificadores:** A partir de la premisa que:

El STVERYT-X, perteneciente al G: 1 ó 2 y con TX, en donde de igual forma tiene una consideración el valor de PC X, con unas características en EX, además de que PDT X proporcionan un sustento teórico equivalente a Y.

Entendido dicho proceso se enfatiza en el análisis de aquellos contenidos televisivos que permiten llegar a la comprensión de cómo fueron creados y producidos los capítulos en Saber Tver, temporada 2023. Se destacan las siguientes particularidades:

Respecto al T que tuvo mayor producción de contenidos con una frecuencia en Tf igual a 10 es la categoría T 7, donde se destacan STVERYT-2 donde con G 2, PC 6 y E 1 como valores implícitos en su contenidos y con un valor de PDT 10 en la narrativa. De forma estructurada todos los siguientes capítulos se ubican en G 1: STVERYT-11 con PC 1 acompañado de E 5 y PDT 3, STVERYT-12 con valores PC 2, E 5 y PDT 3, STVERYT-17 en donde PC 6, E 5 y PDT 1, STVERYT-18 teniendo asignado PC 1, E 5 PDT 8, STVERYT-19 en donde PC 6, E 3 y PDT 1 como sus categorías asignadas, STVERYT-20 con PC 6, E 2 y PDT 3, STVERYT-26 PC 2 y E 5 en donde estuvo PDT 1, STVERYT-30 PC 6, E 1 con un PDT 10, STVERYT-32 PC 6 E 5 y con PDT 6; Capítulos que se desarrollan con fines propositivos para fomentar la participación electoral departamental que se encontraba en curso en el 2023, lo cual lo posiciona por lógica, dirigido a audiencias adultas, de donde como lo expresa Rincón (2001): “Los grupos dirigentes y los estratos altos declaran su mayor interés en supervisar la política, la economía, y la información internacional. Los sectores medios y populares

se interesan en deportes, espectáculos, crónica roja y policial, casos y situaciones humanas con los que se identifican.” (p. 161). Lo que permite darle mayor caracterización a esas posibles audiencias a las cuales se dirigió la temporada Saber Tver, temporada 2023.

Un elemento a destacar en la temporada 2023 dentro del codificador T, es que hay tres categorías que tienen elementos idénticos que las componen, así en T 4, T 5, T 6, el valor CONECTIVIDAD Y PLATAFORMAS DIGITALES se encuentran por las características internas que componen los diez capítulos que agrupan las 3 categorías en T 4 - 5 - 6. Haciendo un inventario de los capítulos mencionados siendo: STVERYT-1 compuesto por valores: G 2, T 4, PC 5, E 1 y PDT 10; STVERYT-3 en donde G 2, T 6, PC 2, E 1 y PDT 10 como su valores identitarios; STVERYT-5 en donde G 1, T 4, PC 4, E 4 y PDT 5 son sus componentes; en STVERYT-6 se presentan G 1, T 6, PC 4, E 5, PDT 10; Es en STVERYT-9 donde se presentan las variables G 1 T 5, PC 4, E 4, PDT 5; en STVERYT-10 categorizado por G 1, T 6, PC 5, E 4, PDT 2; describiendo a STVERYT-21 se presenta G 1, T 5, PC 4, E 4 PDT 5; en STVERYT-24 G 1, T 4, PC 4, E 2, PDT 1; de STVERYT-29 G 2, T 6, PC 2, E 1 PDT 10; en STVERYT-31 G 2, T 4, PC 5, E 1, PDT 10; de estos datos se destaca que: en los capítulos STVERYT-5, STVERYT-6, STVERYT-9, STVERYT-10, STVERYT-21, STVERYT-24 y STVERYT-29 compartieron el mismo G, y cinco de los capítulos compartieron PC 4 (STVERYT-5, STVERYT-6, STVERYT-9, STVERYT-21, STVERYT-24) y a su vez cuatro capítulos compartieron E 4 (STVERYT-5, STVERYT-9, STVERYT-10, STVERYT-21); estas frecuencias, realizadas con el propósito de comprender que es lo que motiva la creación de contenidos en los creadores de televisión pública, y la principal inferencia que genera esta información es la de poner en movilidad y circulación la información, en el caso específico de esta muestra, la CONVERGENCIA DIGITAL como un motor de motivación para que las audiencias generen experiencias de acercamiento, como lo expone González (2016), transportación o promoción-prevención, de los productos con los que interactúan las audiencias, respecto a sus necesidades, pulsiones, limitaciones y expectativas en las esferas sociales en las cuales están circundando.

En STVERYT-11 de valores en categorías T 7, G 1 y con PC 1, valores E 5 y PDT 3, quien acompañado desde la estructura recurrente de la presentadora, desarrollan varios temas que involucran tanto a especialistas como también a Televidentes e incluso a profesionales activos del canal Teleantioquia que permiten apreciar como lo expone Orozco en Rincón (2001), “la cuádruple dimensionalidad de la televisión que involucra el lenguaje televisivo, la “mediacidad” de la televisión,

su tecnicidad y su institucionalidad.” (p. 215). Además que en STVERYT-11 se busca dar un acercamiento a las audiencias ya que desde T 7, se muestra una “problematización de los instintos, predisposiciones, posicionamientos y gratificaciones televisivas de las audiencias encuentran este ámbito su dimensión educativa” (Rincón. 2001, p. 217). Presentándose en dichas intervenciones, mediaciones y micromediaciones que son definidas por Orozco en Rincón (2001), como aquellas condiciones concientes e inconscientes que van “desde el contexto meramente situacional, físico de los actos de ver televisión, hasta los contextos simbólicos, racionales, emocionales, axiológicos, institucionales, sociales, políticos, económicos y culturales” (Orozco en Rincón. 2001, p. 221).

El caso de STVERYT-14, en donde se presenta un G 1 y enmarcado en un T 1 y con PC 4 direccionados por PDT 5, quien apoyado por la presentadora que es un elemento recurrente dentro de la temporada 2023 forman un discurso genérico que desde Barragán (2016), apoyado en Charaudeau definen la situación global de comunicación (SGC) y la situación específica de comunicación (SEC) para delimitar un género (SGC) y un subgénero (SEC), y en este capítulo en específico se reitera la importancia de la presentadora para poder darle un orden y coherencia a los momentos del capítulo y narrativas de los bloques temáticos, ya que comienza con una entrevista por parte del PDT 5 en busca de desarrollar con apoyo del invitado especialista unos conceptos específicos de las ciencias sociales y humanas, como lo son las tradiciones culturales, pero que sin recursos externos como los usados en el capítulo, tales como cambios de perspectivas narrativas y discursivas, imágenes de apoyo de otros programas, aportes teóricos y conceptuales, comentarios y conclusiones de terceras personas consultadas sobre los subtemas generados a partir del tema central y contenidos del canal regional Teleantioquia, añadidas a la narrativa desde la postproducción, el capítulo no hubiese alcanzado su objetivo comunicativo - educativo.

Uno de los eventos a resaltar en la temporada 2023 del programa del Comité Defensor de Audiencias es el hecho que se exploran narrativas diversas como es el caso de los capítulos con una énfasis en T 3, T 5, T 8 en las cuales se destaca la presencia recurrente del PDT 5, quién desarrolla en STVERYT-9 con un PC 4, STVERYT-21 con un PC 4, STVERYT-23 con un PC 4, STVERYT-25 con un PC 5, STVERYT-27 con un PC 5, en donde todos los valores anteriores bajo un mismo orden en E 4 y con PDT 5 desarrollando los argumentos narrativos en modo de crónica de viaje, destacando elementos propios de un G 1, más podría situarse en como lo categoriza Salgado (2010) en García-Avilés (2021), el infoentretenimiento siendo un macrogénero televisivo, comprendiendo en

nuestro caso elementos de la entrevista, análisis y comentario, educativo, variedades como el documental, de interés general y Televerdad (Mazziotti en Rincón, 2001), los cuales se encuentran de forma explícita en algunos de estos capítulos.

Los eventos interpretados en STVERYT-17, permiten comprender los argumentos teóricos en Barragán (2016), cuando expone las categorías que atienden a los géneros discursivos (simple y complejos); que en el caso particular del capítulo en cuestión en donde se definen al T 7 como eje narrativo a partir del cual surgen otros subtemas de mayor complejidad, que bien aunque tratados desde un PC 6 y consecuentemente alineado con E 5 y cuyos discursos dirigidos por el PDT 1 y apoyados, complementados e interpretados por terceros, especialistas en los temas del capítulo cabe destacar que se produce un intercambio de ideas y momentos internos que hace que se difumina el valor de G 1 a G 2 o incluso la apertura a un G 3 que puede denominarse Opinión, dada la diversidad sustancial (Mazziotti en Rincón 2001) y lo que en Barragán (2016) es la alternancia de género que “consiste cuando se toman dos géneros que en ejercicio se ven delimitados y el sujeto alterna entre uno y otro para configurar su discurso” (p. 6).

Un caso que se debe explorar a profundidad en futuras investigaciones es el de STVERYT-31 en donde se enmarca un G 2, con un valor de T 4 y un PC 7 en donde prima un lenguaje de E 1, ya que al ser conducida la línea narrativa por una voz externa con características masculinas autoritarias, y sin presencia de PDT o personajes que representan las audiencias, se acentúa la función económica del discurso (Mazziotti en Rincón 2001), ya que se focaliza la narrativa en relatar los atributos en infraestructura que posee el canal regional Teleantioquia, quedando así como un contenido en calidad de infomercial sobre las capacidades que tiene en infraestructura y para cubrimiento de eventos noticiosos en calidad de canal regional de talla nacional.

En STVERYT-36 catalogado en G 1, con un valor en T 9 y un PC 2, a cargo de PDT 8 quien expone de forma argumentativa los mecanismo tecnológicos que desde el canal regional se presentan como atributos y fortalezas dentro de los contenidos del canal. En dicho capítulo se expone los atributos tanto del canal como también las riquezas de la región antioqueña, de forma básica lo expone González (2016) cuando dice que “el engagement es el reflejo de una experiencia cualitativa de consumo y da información sobre el significado real que tiene el producto consumido para el usuario.” (p. 15), teniendo como referencias los aciertos del canal con ciertos tipos de programas en los cuales resalta la región y apoyándose en sus realizadores para darle validez frente a las audiencias del

programa del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia y generar un estímulo emocional respecto a la recordación de los otros programas y contenidos realizados dentro del canal.

1. **2. 4. Frecuencia:** los valores computados, tabulados y codificados son realizados en el mes de mayo de 2024 y los resultados arrojados se realizan en el mes de junio de 2024.

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS									
CODIGO G	FRRECUENCIA (G)	CODIGO T	FRECUENCIA (Tf)	CODIGO PC	FRECUENCIA (PCf)	CODIGO E	FRECUENCIA (Ef)	CODIGO PDT	FRECUENCIA (PDTf)
1	28	T 1	3	PC 1	2	E 1	8	PDT1	6
2	6	T 2	2	PC 2	8	E 2	3	PDT2	1
		T 3	2	PC 3	2	E 3	9	PDT3	5
		T 4	4	PC 4	8	E 4	3	PDT4	4
		T 5	2	PC 5	5	E 5	11	PDT5	7
		T 6	4	PC 6	7	E 6	2	PDT6	2
		T 7	10	PC 7	1			PDT7	1
		T 8	1					PDT8	2
		T 9	8					PDT9	1
								PDT10	7

1. 3. MÉTODO CUALITATIVO

1. 3. 1. **Ambiente:** grupo realizador (F. Pineda - director y M. Monsalve - productora general) y grupo de integrantes Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia (H. Castañeda, O. Velázquez, A. Úsuga) Saber Tver, temporada 2023.

En cadena, por experiencia sobre el tema y objeto de estudio.

1. **3. 2. Instrumento:** entrevistas semi estructuradas en modalidad de llamada telefónica.
1. **3. 3. Unidad de análisis:** conceptos y aportes individuales a la creación y producción de contenidos televisivos, caso específico; Saber Tver, Temporada 2023.
1. **3. 4. Codificación:** generado en un documento de Excel, se destacan las preguntas y sus respuestas más pertinentes para el tema y objeto de estudio en **Catálogo de respuestas - Entrevistas grupo realizador - grupo integrantes Comité Defensor en Saber Tver, temporada 2023 / CODIFICADORES Entrevistas STVER Tmp 2023**
1. **3. 5. Muestra:** grupo realizador (19 preguntas) - grupo integrantes Comité Defensor de Audiencias (23 preguntas).
1. **3. 6. Diseño o abordaje:** diseño narrativo.

Secuencia narrativa de información sobre la construcción de los contenidos y selección de los personajes cercanos a los capítulos, tema y objeto de estudio.

Se realizó un búsqueda de las personas cercanas al objeto de estudio y tema de investigación. En primera instancia en el buscador google, generando la búsqueda por etiquetas de “Saber Tver”, “Comité Defensor del Televidente Teleantioquia”, arrojando resultados en las redes social de Facebook y en la plataforma de videos YouTube como los más posicionados y con mayor cantidad de contenido. Dicho contenido virtual puede tener una antigüedad de hasta diez años.

En el transcurso de su existencia, Saber Tver ha contado con diferentes formatos, horarios de transmisión y directores de contenido. En el formato actual de un solo programa semanal con una duración de 25 a 30 minutos, en donde este formato de un solo capítulo semanal se ha mantenido por 16 años, y en donde si bien en anteriores administraciones del canal regional se hizo una tarea por segmentar por temas y tópicos de los capítulos para subirlos a un canal de YouTube individual de Saber Tver²³, externo a las cuentas y perfiles oficiales del Canal Teleantioquia, en la actualidad estos procesos se encuentran relegados al pasado, congelados respecto a la construcción, desarrollo de los contenidos y desarticulados de lo que es en la actualidad el programa del Comité Defensor de Audiencias, Saber Tver.

1. 3. 7. Procedimiento:

²³ <https://www.youtube.com/@saberTVer/featured>

Al finalizar la entrevista semiestructurada individual, se dispone a realizar una catalogación de la información obtenida de los responsables de la creación y producción de los contenidos televisivos en Saber Tver, temporada 2023; catalogación que se orienta hacia el entendimiento de los procesos internos del programa, sus dinámicas de producción televisiva, la intención con la cual se creó dicha temporada y las expectativas respecto a la televisión pública colombiana.

1. 3. 7. 1. Descripción del contexto general

A partir del instrumento de entrevistas semiestructuradas, modalidad llamada telefónica y conversaciones por el medio virtual, chat personal de Whatsapp o meet de google, se genera una base de datos en el programa excel con el fin de tener un acceso ordenado, sistematizado a la información de dichas entrevistas. Los temas a abordar con el fin de generar un marco global de los fenómenos que permitieron el desarrollo de la temporada 2023 de Saber Tver se comprenden a manera de codificación en dos niveles. “Del primero, se generan unidades de significado y categorías. Del segundo, emergen temas y relaciones entre conceptos. Al final se produce teoría enraizada en los datos.” Hernandez (2010), en donde es a partir de los siguientes temas dentro del guión donde se genera un contenido teórico por testear y catalogar en las entrevistas tales como: contexto del programa Saber Tver, experiencias personales con el canal y el programa, experiencias grupales respecto a la generación de contenidos televisivos y conclusiones sobre la participación en la creación de Saber Tver, específicamente en la temporada 2023.

Recolección de testimonios de personal técnico y creativo cercanos al proceso de producción de Saber Tver, y recolección y análisis de documentos (Biblia o manual de estilo, conclusiones o informes finales) sobre Saber Tver, temporada 2023.

Evaluación de la muestra inicial, confirmación y comprobación de la información, ajustes y análisis a profundidad de los testimonios y experiencias desde la teoría.

1. 3. 7. 2. Unidades de análisis, categorías, temas y patrones

Lo primero por destacar entre la información recolectada es que el género del programa televisivo Saber Tver es complejo de describir para algunos miembros del grupo Comité Defensor de Audiencias. Ya que en primer término en la situación de Dir.Pin-1.2 en donde la R_T_Dest_D-P es un género Periodístico; término que a su vez en una entrevista posterior a un integrante del Comité Defensor, específicamente la pregunta ubicada en Int_CDA_Maestr_4.8, en donde la respuesta

Crit_Gen_STver_23 de forma textual se expresa así: “Es un género periodístico, es un género informativo - periodístico que atiende construcción narrativa no ficción en un modo argumentativo”, de esta manera concordando con el criterio del Director, guionista y realizador de la temporada 2023, F. Pineda. Más en otra entrevista realizada a otro integrante del Comité Defensor y pregunta ubicada en Int_CDA_Comncdr_5.7 y respuesta en Crit_Gen_STver_23, argumenta textualmente que: “el periodismo básicamente lo que hace es contarle al mundo lo que está pasando a través digamos de unos principios fundamentales relacionados con la atribución con el equilibrio, la exactitud a partir de la noticia”; lo cual genera no sólo falencias o fallos y ruidos comunicativos entre los diferentes grupos que desde sus funciones y cargos específicos convergen, crean y producen los contenidos de la temporada 2023 de Saber Tver, que a juicio del investigador son capítulos muy densos desde las teorías que exponen, más de estructura, forma y género tipo cátedra educativa e informativa que en perspectiva lúdico-interactiva, que es a lo que deberían apuntar los medios de comunicación, los canales y programas con enfoque educativo, buscando generar convergencia entre los preceptos máximos de una comunicación asertiva y eficaz, como lo exponen Watzlawick, Beavin y Jackson, desde González (2016), “el contenido (componente racional) y la relación (componente emocional), y que el segundo califica y determina el primero, por consiguiente, está en la base de las relaciones entre las personas.” (p. 19), dando inicio a un proceso de relacionamiento cognitivo, desde las expectativas y las gratificaciones Hall (1973), y en donde se debe tener presente en las audiencias las necesidades por satisfacer su entorno cultural/familiar tanto como el político/cultural, lo que lleva a el asunto de la atención y recordación, factores necesarios en un proceso comunicativo eficaz y más aún en un programa de televisión educativo ya que “las audiencias de los medios siguen siendo muy variadas en su comportamiento de consumo. No todos los televidentes ven lo mismo, ni de la misma manera,” (González. 2016, p. 28). Respecto al género televisivo uno de los integrantes del Comité Defensor lo expresa así: “más que géneros nosotros lo que hicimos fue atender que íbamos a determinar un tipo de narración una construcción discursiva desde la argumentación atendiendo exposición, descripción y demostración.” extracto de la entrevista a O. Velázquez, ubicado respectivamente en Int_CDA_Maestr_4.8.

Otro de los temas que produjo ruido durante el transcurso de esta investigación, es el asunto de las audiencias y la catalogación de los público a los que se dirige la temporada 2023 de Saber Tver, en donde en primera instancia por parte de los entrevistados, no se genero ningún consenso, de hecho, mientras el equipo realizador se quedaba con que era una audiencia familiar, desde el grupo de

integrantes Comité Defensor, se orientaban más a que no era una sola audiencias, que eran múltiples audiencias a las que se dirige la temporada 2023 y que la audiencia específica responde y corresponde al tema del capítulo, el modo y tono en que se narran los contenidos. Es en este punto, en donde el tema de las audiencias de Saber Tver genera más incertidumbre, ya que desde los mismos defensores exponen que incluso los horarios de transmisión en Saber Tver, temporada 2023, estuvieron difusos y confusos ya que cambiaron en repetidas ocasiones los horarios, dejando mucho más a la deriva a las audiencias que empezaba a reconocer la temporada 2023 y sus contenidos. Por tal la necesidad de migrar a otros medios y canales de comunicación en donde se permita una pronta interacción entre los participantes del proceso comunicativo, el cual no puede obviar que la televisión es ante todo un intercambio, de bienes, servicios, gusto, motivaciones, emociones y teorías que se deben socializar conocer, entender y reinterpretar.

1. 3. 8. Descripciones de experiencias de los participantes de las entrevistas.

1. 3. 8. 1. Primer acercamiento al grupo realizador:

1. 3. 8. 1, 1. Descripción de contextos y particularidades en la aplicación del instrumento:

Al momento de realizarse las entrevistas a los integrantes del Comité Defensor, las preguntas se encontraban a modo de plantilla tipo cuestionario de preguntas con respuesta abierta, en un documento de googledocs, con la cual el investigador la empleaba de guía y guión ante la necesidad de conocer los procesos y dinámicas específicas de la creación y producción de la temporada 2023 de Saber Tver; retomando el proceso de organización y sistematización, se generaron una copia de la matriz del cuestionario por cada integrante del Comité Defensor entrevistado y adjuntando allí sus respuestas y en caso de tener grabaciones de la entrevista, su transcripción y enlace de YouTube en donde se almacenaron con el fin de consultar la grabación.

El orden de preguntas se dirige a comprender y darle una cronología a los eventos y protocolos que siguieron tanto el equipo realizador como el equipo Comité Defensor de Audiencias sobre el tema y objeto de estudio, Saber Tver, temporada 2023 y la construcción de sus contenidos y narrativas televisivas.

Por medio de una entrevista a los realizadores actuales del programa Saber Tver 2024, Yasmin Parra, Directora y presentadora; su equipo de realización con quienes se lograron los datos del Director Francisco Pineda del programa Saber Tver, temporada 2023, quien de forma cordial y diligente proporcionó los datos de los Defensores con los cuales se construyó la temporada 2023 del programa

Saber Tver y de forma colaborativa comparte con el investigador los documentos “INFORME JUNTA 2023” (Evidencias de los temas tratados dentro de Saber Tver 2023), “Acuerdo Junta 14 - 29 de junio 2023” (Estatutos internos del canal Teleantioquia relacionados a la figura del Comité Defensor de Audiencias) y el “CRC Compila TV” (Resolución de la Comisión de Regulación de Comunicaciones de 2021), documentos con los cuales se realizó un complemento analítico a las respuestas de las entrevistas.

A la par se logró el contacto por medio de redes sociales con Paola Vargas, directora de Saber Tver (2008-2016), quien comparte la biblia o libro de producción de Saber Tver 2016 y también una serie de contactos entre los que se destacan a Maria Adelaida Arbelaez (Primera directora del programa), Paola Molina (Directora y presentadora 2016 - 2020) y Liliana Londoño (Videoteca del Canal Teleantioquia); de los dos primeros contactos se logra entablar comunicación sólo con Paola Molina quien me remite a uno de los Defensores actuales (2022 - 2024) y no proporciona mayor información sobre el proceso de producción del programa. El tercer contacto no es necesario contactarlo ya que esta investigación se enfoca en el contenido almacenado en el perfil de YouTube del Canal Teleantioquia.

1. 3. 8. 1, 2. Entrevistas grupo realizador de la temporada 2023 del programa televisivo Saber Tver:

Anexo 2- Entrevista a F. Pineda. Director Saber Tver 2023

Anexo 3 - Entrevista a A. Monsalve. Productora general Saber Tver 2023

Anexo 4 - Entrevista a Y. Parra. Directora Saber Tver 2024

Anexo 5 - Entrevista a I. Goes. Profesional en programación Teleantioquia 2024

1. 3. 8. 1, 3. Entrevistas grupo integrantes del Comité Defensor de Audiencias del canal regional Teleantioquia:

Entrevista a Andrés Úsuga - INTEGRANTE COMITÉ DEFENSOR DE LAS AUDIENCIAS TELEANTIOQUIA 2022-2024

Entrevista a Mauricio Velázquez INTEGRANTE COMITÉ DEFENSOR DE AUDIENCIAS TELEANTIOQUIA

Entrevista a Heiner Castañeda - INTEGRANTE COMITÉ DEFENSOR DE LAS AUDIENCIAS

3. 9. Aportes a la construcción del universo de creación de los contenidos del programa Saber Tver, temporada 2023. Grupo integrantes Comité Defensor de Audiencias Teleantioquia (2022-2024):

“El Productor asignado por licitación pública citaba reuniones mensuales en donde se presentaban dos momentos. Uno de los momentos es para tratar las PQRS que era recogidas por los integrantes del canal de los respectivos correos oficiales del canal (Sistema de medios de información, el info del canal y el correo del Defensor del canal), el segundo momento es la planeación de los temas que se abordarán en los cuatro programas hasta la próximo encuentro del Comité Defensor.” (Extracto a entrevista a integrante Comité Defensor de Audiencias Teleantioquia (Andrés Úsuga), quien manifestó que se sintió muy bien acogido durante la experiencia de la temporada 2023, pero que al finalizar la temporada y al haber comenzado un nuevo mandato gubernamental se ha notado el cambio de enfoque respecto hacia dónde se dirige el programa Saber Tver en la actualidad; Además el integrante del Comité manifestó finalizando la entrevista la preocupación porque no se continúe haciendo la labor de construcción de audiencias desde la educación y capacitación en temas como la salud mental, el tratamiento de los datos en poblaciones infantiles y la priorización en la atención a población de la tercera edad.

Respecto a las dinámicas de creación de los contenidos del programa Saber Tver temporada 2023, el Defensor Omar Mauricio Velázquez de profesión Maestro en Artes Plásticas y con una trayectoria en creación de contenidos televisivos de más de quince años expone el orden que llevaban las reuniones entre ambos grupos de profesionales, los realizadores y los integrantes del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia, en donde en la cronología de las reuniones primero atienden a las cartas que llegan al canal por los diferentes medios de comunicación y una vez filtrados por los profesionales jurídicos del canal según el contenido de éstas, pasan a entregarles las relacionadas con los contenidos del canal a los Defensores y a planificar la construcción del contenido televisivo para exponerlo en Saber Tver:

“Lo primero que atendemos son esos requerimientos, lo segundo que atendemos es el acompañamiento en la realización del programa con Francisco y esto lo debo anotar, la dinámica con el programa cambió muchísimo en el cambio de administración. Es decir anteriormente había un realizador contratado en exclusiva para el programa eso daba, digamos como una mirada mucho más aguda y pertinente frente a los contenidos...” (extracto de la entrevista al Defensor de Audiencias de Teleantioquia Omar Mauricio Velázquez).

“Por último se hacía la preproducción y la agenda académica que podíamos tener cada uno de nosotros en relación con los tiempos de producción del programa y ahí determinamos cuál de nosotros podía acompañar en uno o diferentes temas y si había una salida a otro municipio quién de nosotros podía acompañar al realizador y esa era digamos como la estructura de la reunión; era una

reunión bastante nutritiva creo que era una reunión donde se conceptualizaba con mucha puntualidad y con mucha pertinencia asuntos que tienen que ver precisamente con el interés público, social, educativo y cultural que tiene la televisión como misión”, (extracto de la entrevista al Defensor de Audiencias de Teleantioquia Omar Mauricio Velázquez).

Dentro de la experiencia de los integrantes del Comité Defensor también resaltan los encuentros quincenales que tenían ambos grupos de profesionales para definir los temas y planificar los próximos dos capítulos a desarrollarse y entregarse para aprobación por parte del canal. A grandes rasgos la metodología de producción de un capítulo era de creación colectiva y se utilizaban un día para la grabación, un día para la postproducción y un último día para revisiones y envío a responsables del canal en transmitir de forma semanal el contenido.

3. 9. 1. Pertinencia teórica según datos recolectados por medio del instrumento:

En donde desde Martín Barbero, Rey, Rincón (2000), la televisión pública “interpela, se dirige, al ciudadano más que al consumidor,” (p. 1), consecuentemente se hace “cargo de la complejidad geopolítica y cultural de la nación tanto en el plano de las prácticas sociales, como de los valores colectivos y las expectativas de futuro, y de otro, trabajar en la construcción de lenguajes comunes” y “la especificidad de esta televisión es ofrecer una imagen permanente de pluralismo social, ideológico y político” (Martín Barbero, Rey, Rincón. 2000, p. 1).

Así se concluirá de forma descriptivo-analítica textual, siguiendo los postulados de calidad discursiva para la televisión pública en Mazziotti en Rincón (2001), el género discursivo en los argumentos del Comité Defensor de audiencias en Barragán (2021), los criterios de veedurías y defensorías de teleaudiencias en Herrera (2007), la lectura preferencial desde Mosley (1996) y el modelo pedagógico de competencia televisiva simbólico - cultural en Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), las categorías de las pulsiones en las audiencias (engagement) en González (2016).

4. Revisión y Ajustes

Evaluación de la Codificación:

Luego de la catalogación de la información y análisis comparativo según las teorías adjuntas en el marco teórico para diagnosticar y evaluar los contenidos emitidos y transmitidos en Saber Tver, temporada 2023 del programa del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia.

Desde las entrevistas con el grupo realizador se logran apreciar varias inconsistencias dentro de la cantidad de capítulos realizados durante la temporada 2023, ya que en la plataforma de YouTube se encuentran a la fecha de la primera semana de Julio de 2024, la lista de la temporada 2023 con 33 capítulos, y en esta investigación se tabularon 36 capítulos, ya que con anterioridad se encontraban incluidos tres capítulos de comienzos del año 2023 (11 de Febrero, 8 de marzo y 13 marzo), y a la misma vez repetidos y albergados en la lista Saber Tver 2023 en las casillas 26, 27 y 28 y eliminados del comienzo de la lista a finales del primer semestre del 2024.

Ajustes del instrumento:

No se presenta la necesidad de realizar ajustes en las categorías o en el manual de codificación basado en los hallazgos en las entrevistas realizadas a los dos grupos de profesionales (Grupo Realizador y Grupo Comité Defensor de Audiencias), encargados de la conceptualización y la creación de la temporada 2023 de Saber Tver.

IV. Reporte de Resultados

INFORME

El proceso en la creación y producción de contenidos televisivos en Saber Tver, temporada 2023.

“La televisión difumina lo ficticio con lo real en una escala previamente inconcebible. No lo hace a través de decisiones deliberadas tomadas por los ejecutivos, directores, escritores, técnicos, intérpretes o espectadores, sino más bien de su propia naturaleza. El “tubo de la abundancia” ha generado un mundo distinto al real que no es del todo vida sino más que ficción. Ong, 1977, 315)” (Silverstone. 1994, p. 135)

1. Reflexiones sobre televisión pública en Colombia

Este proyecto investigativo se enfoca en entender las lógicas de producción de la televisión pública y las necesidades que los profesionales y personal técnico perteneciente a las esferas de creación de contenidos educativos en el contexto televisivo colombiano deben suplir para satisfacer a las audiencias contemporáneas en la actual lógica hipermediática (Scolari 2008); esta investigación realizada con el objetivo de encontrar y resaltar las teorías y técnicas básicas de producción, esenciales para que se permita y promueva el hábito de ver televisión de forma crítica, reflexiva, tolerante y participativa; siendo el acto de ver televisión un proceso complejo que requiere e involucra sentidos y procesos mentales tanto lógicos como abstractos, que hacen necesario el uso de estrategias de narración, en donde las audiencias y espectadores no pierdan fácilmente el eje central del discurso del contenido televisivo y la información, como lo condensa González (2016), “no solo los motivos (experiencias), sino las emociones y la atención hacen parte de la experiencia mediática y

configuran el engagement.” (p. 22), definición que sirve como base para entender que los contenidos televisivos deben pensarse para que de forma ligera, entretenida e interactiva se puedan retomar, consultar e interpretar en diferentes espacios y temporalidades de las rutinas cotidianas de las audiencias.

Respecto al fenómeno televisivo cabe rescatar y subrayar la visión de M. McLuhan (1964), en Silverstone (1994) donde “La televisión es ante todo una extensión del sentido del tacto, que implica la máxima interacción de todos los sentidos(...). La imagen de televisión invierte este proceso alfabetizado de fragmentación analítica de la vida sensorial(...). El modo táctil de percepción es repentino pero no especializado, es total, sinestésico, que involucra todos los sentidos. Invadido por la imagen mosaico de la televisión, el niño televisivo se enfrenta al mundo con un espíritu antitético al de la alfabetización.” (p. 134-135). Esta definición pertinente de momento pensar la televisión pública actual, que sugiere cómo se debe abordar la creación de contenidos televisivos desde los entornos académicos y hacia las audiencias segmentadas en diferentes medios como también en diferentes dispositivos de recepción, a la vez que en muchas ocasiones la atención es segmentada en múltiples actividades cognitivas operando de forma simultánea.

En definitiva la creación de contenidos televisivos a partir de temas complejos y especializados como lo son las dinámicas y flujos de trabajo dentro de un canal de Televisión pública de categoría regional como es Teleantioquia y siendo el primer canal público de televisión regional colombiana, (Marín, 2006. p, 104), y en donde las voces de varias generaciones de colombianos de todos los estratos sociales, diferentes grupos étnicos, entre otras características culturales, se encuentran plasmadas, cartografiadas y representadas con el fin de estar conectados e informados y actualizados respecto a los fenómenos sociales locales que deben de estar en constante revisión y reformulación según las audiencias y televidentes que interactúan con sus programas y contenidos televisivos.

Respecto a Saber Tver, temporada 2023, se encontraron varios elementos que generan preocupación respecto a los protocolos que se deben llevar a finalidad para un óptimo proceso comunicativo.

En primera instancia, que no se tengan actualizadas las bases de datos en Teleantioquia Play (Portal virtual oficial) y del vínculo asignado a Saber Tver²⁴, en el cual no se encuentran los capítulos de la temporada 2023, ni los datos actualizados sobre la Productora A. Monsalve, la cual expresa en

²⁴ <https://play.teleantioquia.co/saber-tver/>

entrevista telefónica que el género de la temporada 2023 es familiar, dado el horario de transmisión semanal, el cual varió en horarios de estreno, comenzando los domingos a las 12:30 m y desplazándose a las 8:30 p.m y luego volviendo a su horario habitual, tema que según ella, generaba cierta incertidumbre dentro del grupo realizador y tema que pasó sin mayor interés por parte del grupo de integrantes del Comité Defensor de Audiencias. Sobre las dinámicas de creación de los contenidos la Productora expresa que de la reunión con el Comité Defensor de Audiencias y el equipo realizador que se efectuaba cada quince días con el propósito de definir y trabajar las guías para producir dos capítulos en el lapso temporal a la reunión siguiente. El director F. Pineda relata el orden y estructura de estas reuniones oficiales así: “se tratan primero un listado de inquietudes, quejas, reclamos y peticiones respecto a los contenidos emitidos en el canal Teleantioquia que es filtrado por los profesionales del canal y que llega al Comité Defensor, quien toman la decisión de cuáles correos y temas priorizar y abordar en la producción y distribución del programa.”

Continuando con el testimonio A. Monsalve, quien hace relatoría de las reuniones quincenales entre ambos grupos, lo que le permite seleccionar los temas de los próximos capítulos, y se da inicio a una investigación, se hace un inventario de invitados y se remite al integrante del Comité Defensor encargado del capítulo que está desarrollándose para su selección, aprobación de locaciones, papeles de cesión de derechos de emisión.

1.1. Análisis descriptivo e interpretativo: en Saber Tver, temporada 2023 como lo expresaron los integrantes del Comité Defensor de Audiencias sus contenidos no se tienen focalizados a una sola audiencia. Resulta complejo el estudio del comportamiento humano y más aún el comportamiento social en unas sociedades tan multiculturales, en constante transformación y reinterpretación de sus dinámicas de relacionamiento, con audiencias tan diversas y gustos tan particulares.

Más específicamente, esta investigación está direccionada hacia la creación de los contenidos, sus procesos de creación y dinámicas de producción televisiva. Lo expresado por el Director, guionista y realizador F. Pineda en una entrevista telefónica respecto al género televisivo utilizado en la temporada 2023; él expresa que “el hilo conductor (género) está en el tema específico del programa a desarrollar, que es escogido de forma consensuada en las reuniones periódicas”, y luego se designa a un integrante del Comité Defensor que se apropie de la construcción conceptual del capítulo con apoyo y asesoría del director del programa, quien escribe el guión televisivo y los diálogos de la presentadora.

De forma textual el Director F. Pineda relata vía telefónica: “Del tema seleccionado para desarrollar el capítulo se desprenden cuatro subtemas para ser abordados a lo largo del capítulo, acompañado de cuatro a seis invitados según la necesidad para explicar y generar perspectivas diferentes en la temática tratada. En total son ocho a diez personas las que integran un capítulo de Saber Tver, la presentadora que introduce y dirige el horizonte de los temas, un integrante del Comité Defensor de Audiencias, quien define y explica los temas y los cuatro expertos que dan su perspectiva y apreciaciones sobre los temas y subtemas.”

Desde esta investigación, en donde se enfoca por la realización de una categorización y análisis interpretativo sobre elementos esenciales en la creación de contenidos televisivos dirigidos a generar en sus respectivos públicos y mediaciones, y el potencial que puede lograr una perspectiva e ideología que conlleven a la producción de contenidos televisivos atractivos, de fácil acceso, recordación e interacción (González, 2016).

Añadiendo la importancia de que los elementos cognitivos expuestos en los contenidos televisivos se deben procurar elementos lúdicos y de constante revisión y testeo en la función de atención y retención de los conceptos, tal como lo exponen Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), “la televisión sirve para pensar, en esto reside en gran medida su enorme potencial pedagógico, que se complementa de forma decisiva con el carácter lúdico de su lenguaje y sus formatos y la capacidad de entretenimiento que puede brindar su adecuada programación. Todos los géneros televisivos pueden ser al mismo tiempo educativos; este es el gran reto para la propia televisión, y es el gran reto para la escuela y para el conjunto de la sociedad.” (p.17).

La producción, promoción y formación de conocimientos a partir de una herramienta que requiere mucha concentración para lograr una asimilación de los conceptos como lo es la televisión, expuesto por Lang (2000) e interpretado por González (2016), en donde según ellos “el procesamiento de los mensajes está basado en tres operaciones cognitivas que afectan la recordación: la codificación, el almacenamiento y la recuperación. La primera se evalúa a partir de la capacidad para recordar sin errores información emitida previamente. La segunda se mide mediante el recuerdo con ayudas y la tercera se calcula a través del recuerdo sin ayudas.” (p. 22 - 23), por tal los parámetros de profesionalismo, innovación y relevancia social son esenciales en la producción de televisión pública de acuerdo a la “competencia comunicativa en la interpelación y construcción de públicos, y que junto

a un alto sentido de la diversidad, tanto social como ideológica y cultural, tiene una especial sensibilidad para la construcción de lenguajes comunes.” (Martín Barbero, Rey y Rincón, 2000. p. 3).

Desde los argumentos y sentencias de Arugete (2007), (2017), quien expone que de parte de las audiencias no es solo la interacción en cuanto a aspectos de agrado o desagrado con los contenidos televisivos expuestos, sino también la aplicación y retención de los conocimientos específicos presentados en la televisión pública educativa en busca de ser mucho más orgánico y accesible a los televidentes con poca alfabetidad televisiva, sumado al compendiendo de las rutinas, hábitos, costumbres y conceptos propios de los sistemas sociales y culturales de la nación colombiana.

Antes de generar las diferentes descripciones de los contenidos de lo que fue la temporada 2023 de Saber Tver, es de carácter imperante retomar las ideas de S. Hall, quien expresa que toda estructura emplea un código, lo cual produce un mensaje y es a través de la decodificación de este mensaje que se logra una transformación física, en las prácticas sociales, que bien nos permite la transformación de las estructuras y dogmas culturales (Hall, 1973). Por tal es en el esquema de la conceptualización de los contenidos televisivos del programa Saber Tver, temporada 2023, en donde se detuvo el investigador con el fin de generar un análisis y comprensión de lo que aconteció en las etapas de investigación, preparación y ejecución de la creación de los programas televisivos albergados en la plataforma de YouTube del Canal Teleantioquia.

Sin una figura pública que sea símbolo de autoridad, amigabilidad y que genere recordación y empatía dentro del programa Saber Tver, en donde no hay ni personajes que de forma recurrente y concurrente se puedan vincular al estado colombiano o a el canal regional Teleantioquia y sus diferentes programas en donde se abogue por los contenidos televisivos entretenidos y educativos, dirigidos a la participación activa de las audiencias, ya que la calidad de miembro del Comité Defensor de Audiencias es un cargo temporal, de duración de dos años, en donde ni están articulados a organismos estatales o entes organizacionales que velen por su desarrollo óptimo y eficaz respecto a la veeduría de los contenidos y temáticas expuestas en el espacio del Defensor del Televidente que es de obligatoriedad y cumplimiento normativo dentro del espacio de la parrilla de programación en el canal regional Teleantioquia y todos los demás canales financiados con recursos públicos, en donde los requisitos del espacio del defensor, los cuales no van más allá de las directrices de temporalidad, calidad de imagen y video estipuladas en el ARTÍCULO 15 SECCIÓN II del CRC Compila TV. Por tal este proyecto tiene la intención de generar más que respuestas conclusivas sobre Saber Tver,

temporada 2023, está dirigido a generar preguntas en los lectores sobre cómo los actores sociales (grupos de ciudadanos, ligas y clubes, organizaciones de audiencias) que están vinculados a los medios de comunicación, generan y demandan cierto nivel educativo, de entretenimiento y de destreza dentro de la creación, producción y transmisión de contenidos televisivos, lo cual permitirá un aprovechamiento consciente de los programas y contenidos televisivos de carácter público educativo en Teleantioquia y el territorio colombiano.

2. Interpretación de los contenidos emitidos en Saber Tver, temporada 2023:

Las razones por las cuales surge esta investigación son el comprender las dinámicas de creación y producción de contenidos en la televisión pública colombiana, televisión que según la información recopilada se encuentra en un limbo entre si los contenidos del programa Saber Tver son un servicio social o si son un producto educativo que debe buscar dinamizarse y socializarse en los entornos educativos y en las esferas sociales.

2.1. Análisis cuantitativo: según los datos tabulados por frecuencias de cantidad en la Tabla SABERTVER_CÓDIGOS utilizadas para entender el énfasis en los diferentes tipos de contenido dentro de la temporada 2023 del programa Saber Tver del Comité Defensor de Audiencias del canal Teleantioquia.

Desde un marco interpretativo textual desde las situaciones comunicativas (SGC y SEC) y el género discursivo de Barragán (2021), las teorías de géneros televisivos para la televisión pública de Mazziotti en Rincón (2001), como también los aportes de Orozco en Rincón (2001), quien habla sobre los modos de abordar los contenidos en las actuales “sociedades de la información” y también se tiene presente el modelo de competencias televisivas de Bustamante, Argüello y Aranguren (2005), en relación con los valores asignados a los temas desarrollados y transmitidos a las audiencias de Saber Tver, temporada 2023, los cuales van desde temas relacionados con las elecciones democráticas regionales, hasta temas específicos como el bullying y la visibilización de la oferta temática del canal y la promoción del segundo canal nombrado Teleantioquia Go.

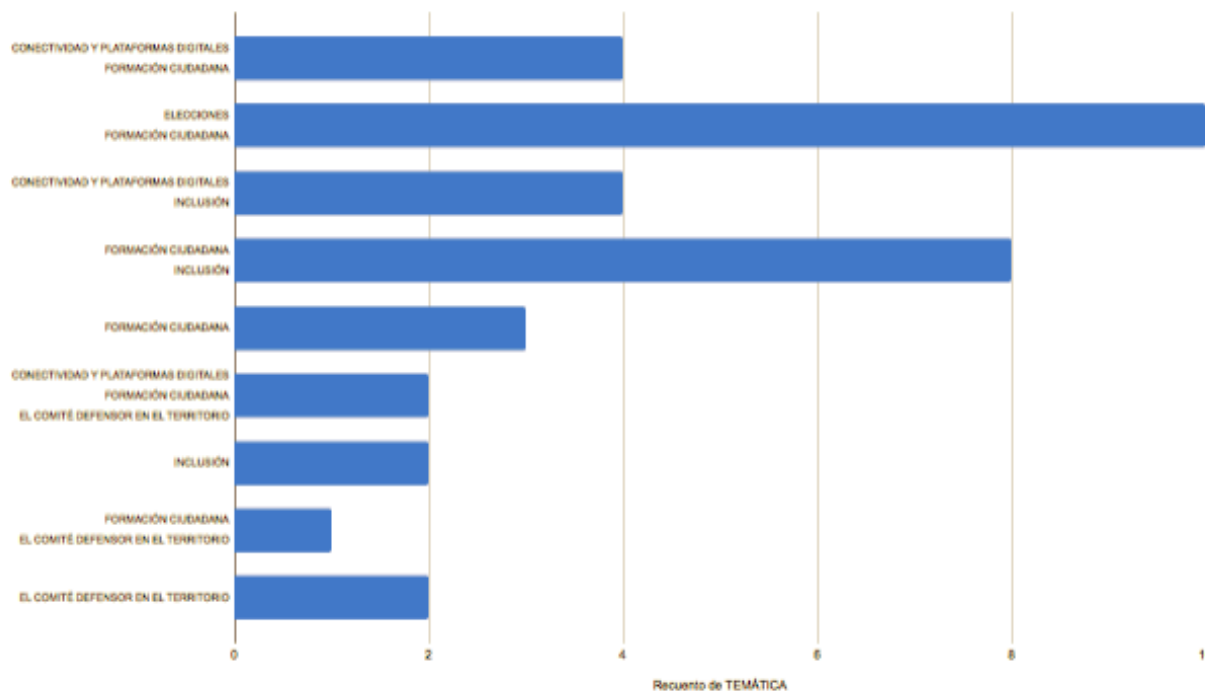
Análisis de los datos cuantitativos presentes en la Tabla SABER_TVER_CÓDIGOS a partir de los resultados obtenidos de la tabulación y graficación de categorías específicas:

Se han tomado como muestra y caso de estudio los 36 capítulos de la temporada 2023 del programa televisivo Saber Tver, almacenados en la plataforma YouTube en el perfil del canal Teleantioquia, en donde en dicho año se desarrollaron las contiendas electorales para acceder al control administrativo

de las empresas estatales, estas elecciones departamentales, fueron un motor y eje temático central, las cuales llevó a los grupos encargados de crear y producir los contenidos televisivos de Saber Tver a que de forma literal se le diera desde el desarrollo investigativo un enfoque a los contenidos relacionados con dicho fenómeno electoral, dejando así un total de diez capítulos con una temática explícita sobre esta dinámica social.

Así, las **ELECCIONES** como tema generador de contenidos educativos tomó una prioridad dentro de la agenda del Comité Defensor de Audiencias.

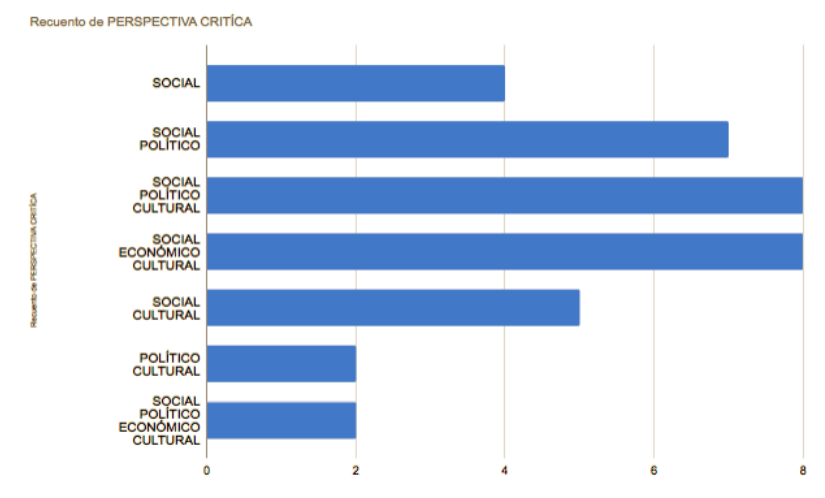
Recuento de TEMÁTICA



Otro marco temático que tuvo relevancia en dicha temporada fue el tema de **LA CONECTIVIDAD Y LOS ENTORNOS DIGITALES** en donde se presentaron capítulos cargados con información relacionada a la infraestructura, atributos, cualidades y facultades que tiene el canal regional Teleantioquia para responder a la oferta y demanda de generar contenidos tanto televisivos tradicionales como también en desarrollar contenidos para entornos virtuales. Los capítulos pertenecientes a esta categoría están marcados por discursos extensos, pasando de los argumentos expositivos a lo narrativo - expresivo, sin ninguna posibilidad de interacción con audiencias; la estructura narrativa va de la mano y acompañada de una presentadora que introduce y concluye los temas centrales de los capítulos; aunque estos temas y conceptos estén presentados por los

integrantes del Comité Defensor de Audiencias de forma dinámica y educativa, continuado por una descripción del tema de la mano de especialistas e invitados, estos capítulos son densos y pesados en su contenido y su desarrollo narrativo se vuelve monótono dado la carga teórica y conceptual de los temas abordados; también en muchos de los capítulos el discurso es propenso a que haya una pérdida del hilo de los argumentos y conceptos por parte de los televidentes desapercibidos o con múltiples tareas al momento de interactuar con el contenido del programa Saber Tver, esto por su alto grado conceptual, poco apoyo en visuales y gráficos o falta de reiteración de los conceptos quedando como un discurso más de orden informativo, a modo de informe educativo o programa periodístico.

Sin obviar que en Saber Tver, temporada 2023, según relatan sus creadores, en un capítulo se trata un tema que engloba una variedad de subtemas, y como es el caso de un tema general que estuvo presentes en 26 de los capítulos de la temporada 2023 de Saber Tver es el de **FORMACIÓN CIUDADANA**, que si bien está catalogado en la Tabla Manual de Codificación y análisis de contenido Saber Tver - Temp. 2023 - Teleantioquia, se puede interpretar como elementos pertenecientes al orden y dinámica del medio cultural humano o como Rincón y Estrella (2001) lo describen; “La cultura-mundo va más allá de los territorios, las lenguas, las etnias y las religiones para constituirse en un referente universal” (p. 22), definición que sirve para hacer mención a todo ese compendio de conocimientos que deben estar en constante movimiento para que se logre su aplicabilidad en las dinámicas de relacionamientos socio-culturales, además de lo que ya está en Mosley (1996) “el mismo suceso se puede codificar de más de una manera;” (p. 11) y por el hecho de ser una categorización que realiza el grupo realizador de dicha temporada en el INFORME Saber Tver 2023 que se entregó al canal regional Teleantioquia.



Retomando y enfatizando los argumentos de Mosley (1996) de cómo “el mensaje es, inevitablemente, polisémico, es decir que un mensaje siempre es capaz de producir más de un sentido o interpretación y nunca puede reducirse simplemente a un sentido «real» o «último»”

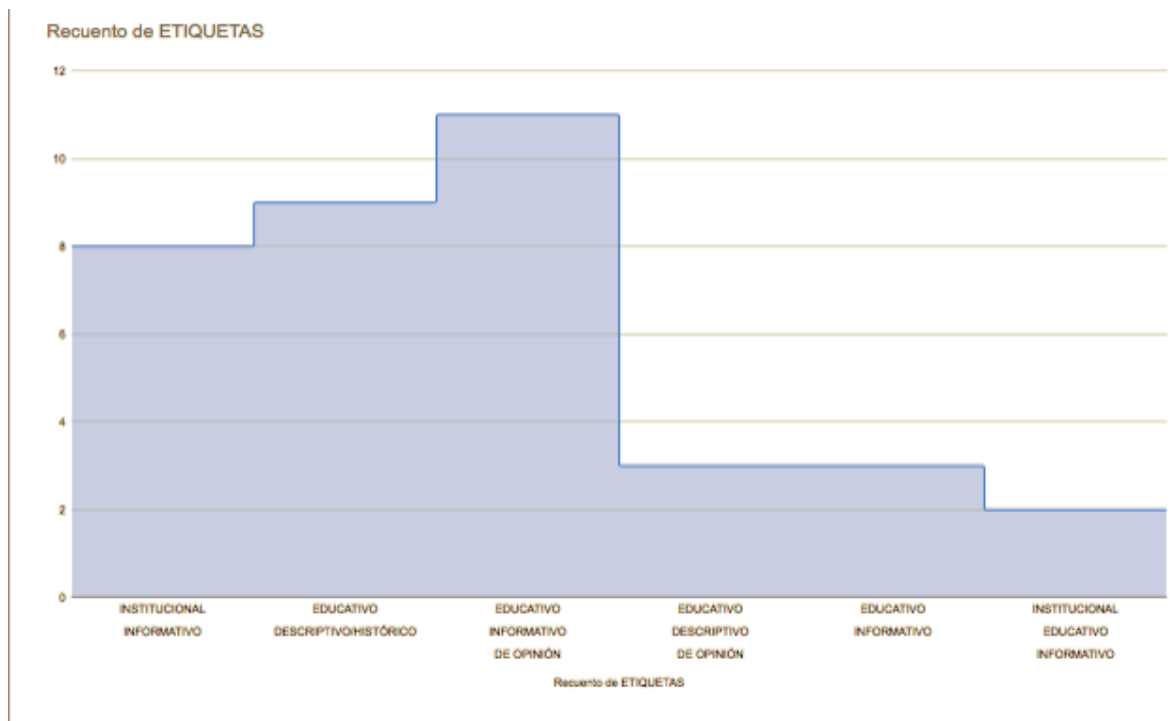
(1996, p. 9), en donde en Saber Tver, temporada 2023 se presenta al momento de la interacción con invitados, especialistas y televidentes y audiencias en busca de aquellas perspectivas que se encuentran en la comunidad en doble vía, generando sesgos o produciendo conocimiento.

En la categorización de la **PERSPECTIVA CRÍTICA** abordada en los capítulos de Saber Tver, temporada 2023, los enfoques que tuvieron mayor despliegue en la transmisión de sus contenidos estaban en las áreas de **lo político, lo social y lo cultural**. En donde estas categorías adquiridas para el análisis de los contenidos televisivos es resaltado en Orozco, en donde según el autor, estas “macro” categorías constituye el conjunto de mediaciones más directo, sistémicas, complejas e incisivas en los procesos de televidencia. (Orozco en Rincón, 2001, p. 227-228).

Y consecutivamente en las segmentación de la categoría **ETIQUETAS** y su énfasis en los géneros televisivo que contienen cada capítulo de la temporada 2023 de Saber Tver, se encuentran las de orden **EDUCATIVO, INFORMATIVO** y los contenidos con enfoque **INSTITUCIONAL**, en donde las de mayor uso y énfasis en la temporada 2023, son las de enfoque **EDUCATIVO** e **INFORMATIVO** que se encuentran compartiendo y generando conocimientos relacionados a los temas abordados en 16 de los capítulos, donde ya sea por parte de los integrantes del Comité Defensor o de los invitados, sus discursos se centran en desarrollar un tema relacionado al fenómeno televisivo, dándole cierto tratamiento explicativo, testimonial o anecdótico a la información, ya sea de forma catedrática o de manera informal. También se determina como la etiqueta **EDUCATIVO** con 24 capítulos, en donde se enfocaron en exponer temas de interés general, de formación ciudadana, temas de orden especializado y de inclusión social con la intención de generar conocimientos y razonamiento en los telespectadores. La siguiente categoría en orden de aparición es la **ETIQUETA** de orden **INFORMATIVO**, con 23 capítulos en los cuales se exponen de forma muy superficial y a modo de resaltar y dar a conocer ideas y proyectos de la ciudad, la región y el país sin darle mayor profundidad conceptual; también se presenta el fenómeno que con 10 capítulos en los cuales la **ETIQUETA** con mayor énfasis y enfoque es la **INSTITUCIONAL** en donde la presentadora, los integrantes del Comité Defensor de Audiencias y el acompañamiento de varios expertos y profesionales que hacen parte del grupo creativo, operativo, logístico y administrativo del canal, exponen las dinámicas internas y los procesos de algunos de los fenómenos relacionados al canal regional Teleantioquia, tales como las lógicas y relaciones de trabajo interno, las normativas y organismos autorizados por la Autoridad Nacional de Comunicación y de Información, eventos extraordinarios dentro de la ciudad y el departamento, además de resaltar los procesos de canales comunitarios de orden municipal aliados al

canal Teleantioquia dentro del departamento de Antioquia, este tipo de capítulos es titulado por el equipo realizador como **El Defensor en el Territorio**, categoría que describiremos más adelante en este informe.

Respecto a la presencia de los integrantes del Comité Defensor de Audiencias como actores activos dentro del desarrollo de los contenidos y temáticas de los capítulos de la temporada 2023, cabe destacar que su elección para abordar y copresentar un tema dentro de un capítulo se realiza de manera voluntaria y correspondiente a sus conocimientos profesionales y es esta asignación de participante activo dentro de la estructura narrativa de los capítulos se da siempre de la mano del campo de acción dentro de sus quehaceres profesionales. Los integrantes del Comité Defensor que mayor aparición tienen en la temporada 2023 son: **Andrés Úsuga** con 10 intervenciones en temas que van desde el derecho constitucional, las normativas sociales y los deberes de las audiencias televisivas, la capacitación ciudadana respecto a las jornadas electorales del 2023, las normatividades especiales para la inclusión de poblaciones con discapacidad y la implementación de herramientas e instrumentos para que puedan acceder a los contenidos televisivos; y el otro integrante más activo y con mayor cantidad de apariciones en los programas de la temporada 2023, es el Defensor de Audiencias **Omar Mauricio Velázquez** con 9 capítulos con intervenciones e interacciones de forma presencial dentro de los programas, en donde aborda temas que van desde la conectividad y las plataformas digitales, la televisión pública y la formación ciudadana y un último tema que el grupo



realizador titula **El Comité en el Territorio** que representa esos capítulos en los cuales en forma de relato de viaje un Defensor se dirige a una subregión del departamento con el fin de conocer y resaltar los procesos comunicativos y sociales.

En este informe se hace vital mencionar para la comprensión de las dinámicas en las cuales se inscribe el programa Saber Tver en su temporada 2023 que, en palabras de la Productora General A. Maria Monsalve, Saber Tver no contaba con un horario de emisión fijo, que a lo largo de la temporada los estrenos semanales estuvieron en varios horarios, pasando de los sábados entre las diez y doce del medio día, a ser transmitidos los domingos a mediodía y luego pasaron a quedar en un horario de los domingo a las ocho de la noche, lo cual no solo no permitió una consolidación de su discurso y se perdió la posibilidad de un diálogo entorno a sus contenidos desde sus audiencias específicas; fenómeno que lo convirtió en un programa informativo o periodístico según el tema abordado que se realiza por una normatividad, que estuvo dirigido a audiencias de todos los rangos de edad, como lo cataloga su productora, dirigido a una audiencia general, familiar.

Es necesario y urgente anotar que si este fenómeno de cambio de horario y día de emisión ocurrió sin notificarse al grupo realizador, es un incumplimiento al comunicado de la Comisión Reguladora de Comunicaciones, normatividad en donde está de forma textual que debe informarse a los defensores de manera pertinente y oportuna sobre los cambio en los días y horarios de transmisión; ya que bien, una audiencia potencial, los invitados, especialistas, televidentes y audiencias presentes en los capítulos, son los principales interesados por verse y oírse e interactuar en el programa de televisión donde se vean, escuchen y sientan representados, y que por un error de comunicación no pudieron encontrar el programa Saber Tver en sus horarios habituales, lo cual solo genera desacreditación de los procesos que deben resaltarse y legitimar para hacerlos perdurar dentro de los programas insignias del canal regional Teleantioquia y su Comité Defensor de Audiencias.

Respecto a la participación de las audiencias en la temporada 2023 se presenta un fenómeno que bien es necesario mencionar, y es el hecho que en 20 de los capítulos no se encuentran ni comentarios, ni presencia a modo de interacción e interlocución con las audiencias.

En el resto de capítulos, siendo 13 los capítulos en donde se encuentra la presencia de audiencias, en donde encuentran diferentes formas de interacción con los integrantes del Comité Defensor de Audiencias. Es en estos capítulos, donde los mecanismos de participación que van desde el testimonio a modo de relato sobre las dinámicas de interacción y los conocimientos personales sobre

los temas de sus respectivos capítulos, pasando por dinámicas de pregunta - respuesta, vox populi en lugares comunes de la zona centro de la ciudad de Medellín, en entidades educativas como universidad y colegios, cercanías de la sede del canal regional Teleantioquia y espacios públicos de la ciudad de Medellín. Todo esto, las interacciones con los televidentes y audiencias, se generan a modo de testeo sobre conocimiento de temas e información específica, que como en Rincón y Estrella (2001) lo identifican como Cultura - local donde se logra comprender y preservar las estéticas propias de esos telespectadores y aquellas tradiciones del territorio donde se desarrollan y convergen las audiencias, en donde adquieren matices y rasgos de raza, etnia, condición social que permiten la búsqueda de un equilibrio en la pluralidad de ideas, imaginarios y producciones racionales de sentido cultural.

2. 2. Análisis cualitativo: se analiza el contexto de Saber Tver temporada 2023 teniendo presente las teorías adscritas a la producción de programas televisivos y las reglas discursivas desde Hall (1973), el acercamiento a la lectura preferencial o dominante en Mosley (1996), los principios para una televisión pública desde Martin Barbero, rey y Rincón (2000), los criterios para cumplir la labor de veeduría y defensoría de las teleaudiencias en Herrera (2008), las consecuencias actitudinales y de comportamiento desde Aruguete (2007) y las descripciones emocionales y las categorías de la atención mediática en González (2016) y la multimedialidad en Scolari (2008) con las cuales se pueden identificar si la temporada 2023 posee los elementos necesarios para generar motivaciones en las actuales audiencias televisivas.

Dentro de Saber Tver en la temporada 2023, podemos hallar que si según el testimonio de su director en la creación, realización y producción de los contenidos televisivos es enmarcado en un género televisivo periodístico, dentro de las percepciones de los integrantes del Comité Defensor de Audiencias hay puntos de vista muy contradictorios, dado los hechos que el defensor Omar Mauricio Velázquez está de acuerdo con la etiqueta de género periodístico, más el integrante del Comité Defensor Heiner Castañeda no está de acuerdo, refiriéndose a que el género de la temporada 2023 es mucho más educativo, con trazos de informativo, pero concluyendo en que definitivamente no es en su totalidad un género periodístico y que ese es uno de los retos que deben asumir no solo los futuros integrantes del Comité Defensor, sino todos los profesionales que están pensando la televisión pública nacional; profesionales que deben estar pensando en el como seducir a las audiencias que se encuentran en constante migración de canales, de medios y de dispositivos; el Defensor Heiner

Castañeda concluye de igual forma, en que es uno de los retos de la televisión pública y de los programas de carácter social como lo son los programas de defensorías, donde se debe estar reinventando las fórmulas para atraer a las teleaudiencias a construir de la mano tanto del canal, de los realizadores, de las comunidades como también de los veedores de los diferentes actores sociales pertenecientes al fenómeno televisivo de las defensorías de teleaudiencias y en donde es necesario generar “procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí.” (Scolari, 2008. p. 106).

De forma ilustrativa en Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), se expone a partir del contexto que es imperante resaltar que “la televisión sirve para pensar, en esto reside en gran medida su enorme potencial pedagógico, que se complementa de forma decisiva con el carácter lúdico de su lenguaje y sus formatos y la capacidad de entretenimiento que puede brindar su adecuada programación. Todos los géneros televisivos pueden ser al mismo tiempo educativos; este es el gran reto para la propia televisión, y es el gran reto para la escuela y para el conjunto de la sociedad.” (p. 17).

En donde se resalta que es tarea primordial de los profesionales de la comunicación y de las ciencias sociales el diferenciar entre aquella televisión que educa, de los modos de hacer educación en la televisión, en donde Bustamante, Aranguren y Argüello (2005), resaltan el informe para UNESCO de MacBride (1980), en donde es de vital importancia preservar, promover y reflexionar sobre las “funciones sociales de la comunicación: la información, la socialización, la discusión, la educación, el avance cultural, el entretenimiento y la integración” (p. 18). Dándole así un carácter influenciador a los medios masivos de comunicación e información en las comunidades equiparable a la escuela y autoridades homogeneizadoras familiares, generando un efecto educativo y por tal un desarrollo intelectual en sus usuarios y audiencias.

Una vez hecha la asimilación de las experiencias personales de los integrantes del Comité Defensor de Audiencias del canal regional Teleantioquia, se realizaron una serie de preguntas de los aspectos más generales de la composición del programa Saber Tver en su temporada 2023 y en el cómo se abordaban, comprendían y aplicaban sus conocimientos para lograr la tarea de mediar y resguardar los valores y cualidades tanto de ciudadanos como de las instituciones a las cuales representaban y en donde no se tiene registro o referencias sobre como expone Scolari (2008), “la trama de reenvíos, hibridaciones y contaminaciones que la tecnología digital, al reducir todas las textualidades a una

masa de bits, permite articular dentro del ecosistema mediático. Las hipermediaciones, en otras palabras, nos llevan a indagar en la emergencia de nuevas configuraciones van más allá - por encima - de los medios tradicionales.” (p. 107), por parte de las audiencias del programa Saber Tver.

Todos los integrantes del Comité Defensor de Audiencias entrevistados respondieron que los temas y las maneras de abordar los temas se iban dando de la mano de los inquietudes que surgían desde las audiencias y que les llegaban por medio del canal y que luego se discutían e interpretaban entre ambos grupos, (Comité Defensor y grupo realizador), el grupo realizador son los encargados de suplir las necesidades conceptuales que se presentaban al desarrollar los guiones dentro de la temporada 2023, guiones a modo de escaleta temática en donde primaba la escogencia del tema de forma argumentativa y consensuada, seguido de una postulación voluntaria del Defensor que se encargará de exponer los argumentos dentro del capítulo en situación y dándose inicio a la organización del tema e inicio de la redacción de los diálogos para la presentadora, los cuales eran escritos y aprobados por el Director F. Pineda, con el aval de los integrantes del Comité Defensor y quedando a la disposición de un cronograma de locaciones según los temas dispuestos para que la Productora General pudiera profundizar el tema, realizando la investigación del tema central del capítulo y los subtemas y posibles personajes a entrevistar y poder pasar la información logística al Director, con una lista de posibles contactos a entrevistar por capítulo para que tanto integrante del Comité como Director puedan comenzar a repartir los diálogos entre la presentadora y los integrantes del Comité Defensor para dar inicio a las grabaciones del capítulo en situación.

En la conversación a modo de entrevista realizada al Director F. Pineda, en el aparte de contenidos televisivos, respecto al formato y género, el Director expresa que en esta temporada de Saber Tver, en la del 2023 se optó por un formato tipo programa pregrabado, con una presentadora la cual daba un orden global desde una descripción verbal al tema del capítulo e introduciendo los bloques de subtemas a partir de los aportes conceptuales de los integrantes del Comité Defensor y los invitados, que van desde conocedores de un tema en general, en ocasiones televidentes que relatan sus rutinas a modo de escenificación de los hábitos televisivos de los estereotipos de la región y contando también en algunos capítulos con la presencia de profesionales especialistas en temas y subtemas abordados a modo explicativo y en ocasiones a modo de entrevista multicámara con presencia del integrante del Comité Defensor.

El Director F. Pineda también expuso en la entrevista una descripción sobre cómo los capítulos de la temporada 2023 de Saber Tver estaban divididos en tres bloques enmarcados en un gran tema

general por capítulo y tres subtemas o objetivos del tema general para alcanzar mayor profundidad conceptual. Y con el apoyo de la presentadora buscaban darle conclusión a los subtemas, esto con la idea que se pudieran subir los segmentos de los capítulos en videos individuales a las redes sociales, como bloques conceptuales individuales para la interacción con las audiencias y su posterior asimilación en la virtualidad cuando lo requiriese los televidentes y las audiencias, los internautas y posibles interesados. Estas estrategias ideadas para darle mayor vigencia a los contenidos televisivos ya se había realizado anteriormente en otras temporadas de Saber Tver, al parecer por iniciativa de los equipos realizadores pasados que habían operado los recurso públicos con los cuales se produce el programa Saber Tver para la realización del programa generando usuarios y perfiles independientes del canal regional Teleantioquia y de las redes oficiales, manteniendo el nombre de SABERTVER en Facebook, YouTube y X (Twitter) hasta la actualidad, pero con una inactividad de más de siete años.

2. 2.1. Documentación de la metodología y sus hallazgos: en la actual Saber Tver no posee ningún director o miembro estable dentro de su esquema constitutivo, ya sea una persona natural o jurídico que controle y abogue por sus derechos, deberes y responsabilidades con la televisión pública, este programa cuenta con los manuales y documentos que el canal Teleantioquia le brinde a los integrantes del Comité de turno y su equipo realizador, argumento inferido por el investigador y sugerido por los integrantes del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia (2022-2024), en donde en las respectivas entrevistas telefónicas individuales se expresaron que al momento de instaurarse como miembros e integrantes del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia no se les brindó ningún manual de estilo, biblia o modelo de producción del contenido televisivo de Saber Tver, sólo se les presentó ante las directivas del canal, las personas responsables del departamento de contenidos y convergencia digital del canal encargados de recibir los capítulos acabados para su aprobación y transmisión, e integrantes del grupo realizador de turno, con quienes se comenzó a inferir y desarrollar una guía de producción del contenido de la temporada 2023 de Saber Tver desde el año 2022, en donde según los lineamientos del informe de la Comisión Reguladora de Comunicaciones (CRC) y los conocimientos del equipo realizador asignado por el canal regional Teleantioquia se realizaron un total de 30 capítulos realizados y transmitieron de continuidad semanal en el transcurso del año 2023.

De igual forma, al momento de consultar con el grupo realizador (Director y Productora) las condiciones bajo las cuales se debe producir el programa del Comité Defensor de Audiencias, el Director F. Pineda se apoyó en la normatividad nacional y compartió el contenido inscrito en el informe

de la Comisión Reguladora de Comunicaciones (CRC) CRC Compila TV -Estatuto Nacional actualización del año 2021, en donde en el Título XV, Capítulo 2, sección II, DEFENSOR DEL TELEVIDENTE, se estipula y sentencia sus funciones y criterios básicos de la siguiente forma:

“ARTÍCULO 15.2.2.1. ESPACIO DEL DEFENSOR DEL TELEVIDENTE. Los concesionarios del servicio público de televisión abierta, en todas las modalidades y niveles de cubrimiento o quienes cuenten con habilitación general para tal efecto, deberían destinar un espacio al Defensor del Televidente.

PARÁGRAFO. Los concesionarios de espacios de televisión del Canal Uno, deberán designar conjuntamente, para todos, el espacio del Defensor del Televidente.

ARTÍCULO 15.2.2.2. INTENSIDAD Y DURACIÓN DEL ESPACIO DEL DEFENSOR DEL TELEVIDENTE. El espacio del Defensor del Televidente a que se refiere el artículo anterior deberá tener como mínimo de una duración semanal (de lunes a domingo) de treinta (30) minutos. Este espacio podrá presentarse bajo el formato que determine el concesionario de televisión abierta o quien cuente con habilitación general para tal efecto y podrá ser radiodifundido en bloques de mínimo dos (2) minutos de duración.

La radiodifusión de este espacio deberá realizarse siempre en el horario comprendido entre las 07:00 y 21:00 horas.” (CRC COMPILA TV, 2021, p. 10)

Dejando este informe de la Comisión Reguladora de Comunicaciones (CRC), referente a los contenidos televisivos y respecto al programa del Defensor del Televidente algunos vacíos conceptuales, tanto en el tipo de temas, género, enfoque discursivo como también falencias en la agenda que debe cumplir para visibilizar su figura, la del Defensor asignado por el canal, y hacer valer las dinámicas propias del canal y sus razones sociales, los valores y deberes inscritos en la Constitución Política Nacional y los principios que deben enmarcar la televisión pública. Asumiendo así que la programación y el contenido del programa Defensor del Televidente queda al arbitrio y determinación del canal público; en nuestro caso particular del canal regional Teleantioquia y su programa Saber Tver del Comité Defensor de Audiencias.

De manera reflexiva, según la experiencia de los equipos que conformaron Saber Tver 2023, los cuales presenciaron un cambio de administración dentro del canal debido a los nombramientos de los gobernantes elegidos en las elecciones de año 2023; que al no tener unos estatutos y agendas temáticas establecidas para la creación de los contenidos suelen retrasarse los procesos de producción, perderse los avances conceptuales e incluso encontrarse amenazada la viabilidad de continuar generando contenidos en la televisión pública ya que las audiencias migran a opciones mucho más novedosas, llamativas y que brinden el confort y estatus social que buscan en los medios de comunicación y en los canales televisivos las diferentes audiencias y ciudadanías.

Retomando las funciones con las que debe cumplir el programa del Defensor del televidente, en la resolución de CRC se designa en el Título XV, Capítulo 2, sección II, se definen los lineamientos así:

“ARTÍCULO 15. 2.2.3 DURACIÓN DEL ESPACIO DEL DEFENSOR DEL TELEVIDENTE. El día y horario de radiodifusión del o los espacios del Defensor del Televidente informado en su momento a la autoridad correspondiente, por las concesionarios o quienes cuenten con habilitación general para tal efecto, será fijo pero con un margen de flexibilidad de cinco (5) minutos de antelación o posterioridad con respecto a la hora señalada para su inicio.

PARÁGRAFO. Para modificar los horarios de radiodifusión de los espacios del defensor del televidente, se deberá contar con la aprobación previa y expresa de dicho defensor o de quien este delegue. No obstante, cuando la transmisión del programa del defensor del televidente deba realizarse en un horario en el cual se esté radiodifundiendo un evento especial en directo, dicho programa podrá emitirse antes del evento o inmediatamente termine el señalado evento especial. Se entiende como evento especial en directo aquel que no hace parte de la programación habitual, y que se radiodifunde de manera simultánea a su realización.” (CRC COMPILA TV, 2021, p. 10)

Respecto a la cita del informe de la CRC, se nota que quedan muchos vacíos conceptuales en el ARTÍCULO 15 en donde se expresa que son 30 minutos semanales, solo con la condición que estén dentro de un rango de horario y que se le notifique con anterioridad a las audiencias del canal sobre los horarios de transmisión de los contenidos del programa del Defensor del televidente.

Respecto a esta parte, al analizar la información brindada por los grupos tanto de realización como integrantes del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia, y por lo expresado en las entrevistas telefónicas, no poseían un conocimiento preciso sobre los horarios de transmisión de los capítulos de estreno semanal. Primero por parte de los integrantes del Comité Defensor, todos respondieron de forma dubitativa si el estreno semanal era los sábados antes del mediodía, a las diez de la mañana o los días domingo a las doce treinta del mediodía. Del grupo realizador, sobre este tema tan específico como la transmisión y distribución de los contenidos finalizados, solo se tiene registro de las respuestas de la Productora General del programa, quien expresó que el programa pasó por varios horarios a lo largo del año 2023 y que se le informaba pero que no tenía el dato por escrito y no recordaba con exactitud ni los días y horarios.

“ARTÍCULO 15.2.2.5. INFORMACIÓN A LOS TELEVIDENTES SOBRE LOS MECANISMOS PARA RECEPCIÓN DE OBSERVACIONES. Los concesionarios de televisión abierta o quienes cuenten con habilitación general para tal efecto deberían informar diariamente, en el horario comprendido entre las 19:00 y las 22:00 horas, los mecanismos con los que cuenta para la recepción de observaciones, comentarios, peticiones, quejas y reclamos, sobre la programación o su funcionamiento interno, por parte del televidente.

(Acuerdo CNTV 02 de 2011, artículo 39)

ARTÍCULO 15.2.2.6. DEFENSOR DEL TELEVIDENTE EN TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE. Cada concesionario, licenciatario y/o quien cuente con habilitación general deberá designar un Defensor del Televidente para la totalidad de la oferta televisiva digital, destinando un espacio en el canal principal digital en las condiciones previstas en los artículos anteriores, y/o en las normas que lo modifiquen, adicionen o deroguen.

PARÁGRAFO. Para efectos de la contabilización de los espacios del Defensor del Televidente, no se tendrán en cuenta los programas que se radiodifundan en repetición en cualquiera de los canales digitales, por parte del mismo concesionario, habilitado o licenciatario.

(Acuerdo 2 de 2012, artículo 18)” (CRC COMPILA TV, 2021, p. 11).

Respecto a la presencia del Defensor del Televidente dentro del informe de la Comisión Reguladora de Comunicaciones (CRC) concluye con artículos de suma valía para que los canales y demás medios de comunicación propongan y generen contenidos educativos, estimulen a las audiencias para que busquen y exploren los diferentes mecanismos de participación que se poseen en la televisión pública digital en Colombia.

Ya está en manos de las audiencias el hacer mayor presencia y veeduría porque si se estén cumpliendo las normas tanto por parte del canal como por parte de los Defensores que en muchas ocasiones por ser un nombramiento ad honorem (sin retribución económica), no desarrollan un desempeño considerable dentro de sus funciones, sin demeritar sus valores profesionales y deberes por formar y mantener un equilibrio entre los diferentes actores (canal y audiencias) implicados en el fenómeno de la televisión pública, a fin de preservar su integridad personal y profesional. Como bien lo expresa Herrera (2008), “la existencia del defensor viene a reivindicar de un usuario que sea más crítico, activo y participativo, que no se conforme con los errores e imprecisiones que en ocasiones cometen los medios, que trascienda el ámbito doméstico a la hora de protestar contra algunas actuaciones de los medios y que se movilice más para exigir que los periodistas cumplan honradamente sus tareas.” (p.28).

Es también imperante que los canales bajo el esquema de televisión pública dispuesto a darle más apertura a las diferentes propuestas que se generen desde la sociedad para hacer tejido social; tarea que no es fácil; lograr acuerdos entre diferentes actores, por tal la primera asignatura siempre será en buscar tener un mismo lenguaje que permite los encuentros y diálogos por medio de los cuales se logren consensos y convenios entre las partes y sus representantes.

2. 2. 2. Recolección, interpretación y categorización de datos cualitativos: de los dos grupos de participantes en el desarrollo y producción de los contenidos de Saber Tver, temporada 2023, entre los que se segmentan por: grupo realizador del programa (encargados de generar contenidos asignados por el canal para el cumplimiento de la normatividad nacional y que en Teleantioquia lleva el nombre del programa Saber Tver) y grupo de integrantes del Comité Defensor de Audiencias del canal Teleantioquia (Integrantes pertenecientes al periodo 2022-2024), en donde la siguiente información almacenada en este informe es suministrada con la autorización y permisos de los realizadores del programa Saber Tver temporada 2023 (Francisco Pineda y Angela Monsalve) y sus integrantes del Comité Defensor de Audiencias (Andrés Úsuga, Omar Velázquez y Heiner Castañeda).

Se destaca que Saber Tver es un programa institucional, que pertenece al canal regional Teleantioquia, por lo cual son los responsables de la creación de los contenidos del canal los encargados de dar el look e imagen representativa del programa, y según la productora de la temporada 2023 de Saber Tver, la biblia o manual de estilo es de uso interno del canal, por lo cual no se pudo obtener registro en este proyecto investigativo de dicho manual actualizado al año 2023. Desde la perspectiva del integrante del Comité Defensor O. Velázquez, respecto al tema del manual de estilo, formato y género del programa Saber Tver, él considera que puede ser un condicionante y jugar en contra de las propuestas, objetivos y elementos creativos que pueda proponer el Comité, ejemplificando y llevando los argumentos hacia la búsqueda de versatilidad “en modelos narrativos y estructurales que atendieran precisamente las dinámicas de la audiencia hoy y que permitieran que por ejemplo algunos bloques pudieran pasar como videos cortos en YouTube” (Defensor O. Velázquez, respuesta a pregunta sobre dinámicas de creación), más a lo largo de esta investigación no se encontraron teorías televisivas, de las ciencias sociales o de la comunicación de forma explícita en ninguna de las entrevistas realizadas a los grupos de creadores o en los capítulos de Saber Tver, temporada 2023.

3. Impacto académico y educativo

De la experiencia del análisis del contenido del programa del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia en su temporada 2023 es de resaltar que tanto el grupo realizador como los integrantes del Comité se encontraba en un punto en el que debían asumir las formas de creación de los discursos de forma entretenida, educativa y e inclusive provocadora, tarea que no es fácil en un medio tan competitivo como es el audiovisual, situándose en un canal de televisión pública que debe regirse por normativas y presupuesto limitados, y más aún en el contexto del programa del Defensor del televidente que no tiene la necesidad de generar estrategias para seducir y atraer a sus audiencias ya que es un programa financiado por el estado colombiano.

“Es una tarea deontológica a la existencia de las defensorías y de los defensores el promoverlos, asimismo se trata de una obligación por ley. Tenemos a nuestro cargo la alfabetización mediática, que es un gran pendiente el poder definirla, darle forma. En ese sentido, es importante acercarnos a las audiencias y decirles que los derechos son suyos. No son derechos del medio de comunicación, no son derechos del concesionario o derechos de la defensoría ni del defensor, son de las audiencias. Acérquense, exijanlos, pregúntenos, cuestionennos; ¿de qué se tratan, de qué van? ¿cómo puedo ejercerlos? Y una vez que yo emito mi queja, mi comentario, mi reclamo, ¿qué pasa? ¿Cómo pasó de la enunciación de decir “esto no me pareció” al ejercicio del derecho? Es una pequeña transición cualitativa que es importante no únicamente decirse a las audiencias como en ese sentido educador

o adoctrinante; sino dialógico, porque ese es el cambio que trajeron los derechos de las audiencias, una vez que se incorporaron a la ley en 2014: abren la posibilidad a que, de la queja, la sugerencia, el reclamo, se abra una posibilidad de diálogo y de interlocución desde las audiencias hacia el medio de comunicación, y no como estamos acostumbrados que sea siempre del medio de comunicación a las audiencias.” (Terrazas, 2021, p. 48, 49.)

Al momento de hablar de contenidos televisivos y diálogo con las audiencias se hace necesario retomar los diferentes géneros, como es el género mediático y su subgénero los programas de defensorías de televidentes y audiencias, los cuales expone un panorama diverso que nos muestran la necesidad de interiorizar los procesos comunicativos con los televidentes y audiencias como realizadores y creadores de mensajes televisivos en un medio donde los factores que predominan en una situación comunicativa se difuminan y en donde deben afianzarse los canales de comunicación para poder expresar de forma asertiva un discurso (Barragán, 2021), para que así los diferentes actores puedan estar expectantes a entablar un diálogo con los receptores, audiencias interlocutoras que permiten el surgimiento de *ecosistemas mediáticos* Scolari en Orozco (2019), ricos y nutridos por características particulares del fenómeno comunicativo, como también por “interacción, interlocución, temáticas.” (Barragan, 2021, p. 12).

4. Implicaciones para la programación televisiva y políticas públicas

Al momento de hablar de audiencias también hablamos de expectativas, Fuenzalida en Rincón (2001) las divide como “generales y segmentadas” (p. 161). En donde “estas expectativas genéricas de supervisión multifocal y utilidad se concretizan en contenidos informativos estratificados, según los intereses vitales más específicos. Los grupos dirigentes y los estratos altos declaran su mayor interés en supervisar la política, la economía, y la información internacional. Los sectores medios y populares se interesan en deportes, espectáculos, crónica roja y policial, casos y situaciones humanas con los que se identifican.” (Fuenzalida en Rincón, 2001, p. 161).

Esta descripción situacional que nos ubica en un escenario diverso tanto en actores como fenómenos sociales para comprender e interactuar; propicio para el cultivo de múltiples propuestas tanto en la esfera física como en la virtual en lo referente a las motivaciones de las audiencias.

“También se ha señalado que la interactividad de Internet desterritorializa. Conocemos la facilidad de los internautas para sociabilizar desde posiciones indefinidas, incluso simuladas, inventando identidades. En el extremo, se llega a fenómenos de autismo y desconexión social, debido a que la gente prefiere estar ante la pantalla más que en relación con interlocutores y en lugares físicamente localizados. Conectividad no es sinónimo de interactividad.” (García, 2008, p. 31).

Por tal, la urgencia por hacer una revisión constante por cuales tipos de contenidos se crean y bajo qué finalidad, si bien en Saber Tver, temporada 2023 se estuvo inmerso en las lógicas de unas jornadas electorales departamentales, que ya es un condicionante en la agenda pública a desarrollarse, y además es el fenómeno con lo cual siempre supone un cambio administrativo y en muchas ocasiones un cambio de perspectivas ideológicas; es ahí, en los cambios administrativos en donde las audiencias deben estar atentas, ya que son los fenómenos y eventos sociales donde pueden y deben conformarse un diálogo con las nuevas herramientas mediáticas y comunicacionales, en busca de asegurar que las dinámicas de relacionamiento se construyan de forma horizontal. Es en el ambiente político en donde las audiencias debe generar interacciones acertadas, propositivas y acordes a los principios y valores que se consagran en las cartas constitucionales, en busca de rectificaciones y sobre todo en espera de generar veeduría y presencia ante las arbitrariedades, en pro de la cohesión social y en pro de la protección de los mecanismos electorales que garantizan el bien comunal y aseguren el cumplimiento e implementación de las propuestas y planes de gobierno.

La televisión en la actual era digital es muy privilegiada, ya que tiene la posibilidad de mutar y expandirse de maneras impensables; el asunto respecto a cómo las audiencias y los internautas se transforman en prosumidores (Scolari en Orozco, 2019), siendo un fenómeno que las programadoras de televisión pública no pueden dejar pasar desapercibido, Teleantioquia ya dio un primer paso instaurando un canal temático nombrado e identificado en la TDT y en la aplicación de Teleantioquia Play cómo Teleantioquia Go, en el cual se tratan géneros televisivos tradicionales como también se busca dimensionar las producciones y contenidos de las juventudes en las regiones, proyecto que aún no alcanza los niveles de audiencias y de generación de contenidos que podría brindarle a la sociedad ya que muchos de los programas que transmiten son los pregrabados del canal tradicional; así Teleantioquia en la era digital es un tema para ser tenido en cuenta para futuras investigaciones y proyectos académicos universitarios, cómo también en el orden social y comunitario.

Son muchos los factores que quedan pendientes a partir de este cuerpo investigativo tanto en la descripción de los medios de comunicación convencionales como en los medios digitales y de la virtualidad, pero es una invitación a que tanto sociedad civil como grupos de académicos se vuelquen sobre los fenómenos que ocurren en los medios de comunicación, los analicen, los valoren, cataloguen y describen, esperando un diálogo con los representantes del estado y gobiernos interesados en la construcción social. Es en las facultades universitarias, en las bibliotecas, en las redes sociales donde hay grupos, clubes y propuestas que requieren potenciarse y encontrar soportes

teóricos para una mejor comprensión de los fenómenos comunicativos actuales, y en donde se “está creando redes de contenidos y formatos elaborados a partir de la circulación mediático-electrónica. Modifica, así, los estilos de interactividad.” (García, 2008, p. 31).

El asunto más urgente en la televisión como medio comunicacional es generar convergencia, reacciones e interacciones que suplan los vacíos que se comienzan a notar por la ausencia en la territorialidad y el volcamiento en la virtualidad. Quedando expuesto (Scolari, 2008), el volcamiento de las audiencias a redes sociales y la fragmentación de los contenidos en las múltiples plataformas de la virtualidad. Siendo allí donde la televisión pública debe hacer su salto hacia la modernidad, generando contenidos multiplataformas en y con las comunidades, desarrollando aplicaciones para un intercambio informativo mucho más amigable y bidireccional, privilegiando los contenidos creados por audiencias y usuarios, con respaldo en grados y méritos de las experiencias, en calificaciones por la asertividad y pertinencia de los contenidos generados; elementos e incentivos que pueden hacer que se vean identificadas las comunidades y audiencias, para que aumente el sentido de pertenencias y afloren los valores y conceptos éticos que nos permiten vivir en sociedad, que aunque están latentes en la sociedad, en muchas ocasiones se esfuman ante el impulso de suplir una necesidad o cumplir con un rol social.

Desde el fenómeno del programa Saber Tver, temporada 2023 y la experiencia de los integrantes del Comité Defensor de Audiencias se nota que aún se presentan muchas falencias y vacíos en el esquema de estímulo - respuesta de los contenidos televisivos generados. Sólo el hecho que los integrantes del Comité Defensor no estuviesen al tanto de los horarios de las transmisiones y se perdieran esa parte vital del proceso comunicativo como es la transmisión, deja en consideración que tipo de objetivos, metas, y prioridades se están tomando dentro de las lógicas internas de producción del conocimiento generado dentro del programa Saber Tver, su difusión y su socialización.

Si bien pueden ser muchos los factores y variables que hacen que resulte difícil la comprensión sobre los fenómenos que ocurren alrededor de la televisión, tal vez no sea un problema de los canales, de los equipos realizadores y productores (Integrantes del Comité Defensor de Audiencia de Teleantioquia). Puede que como se describió antes sea porque aún hay muchos vacíos conceptuales dentro de las leyes y dentro de las condiciones para hacer televisión pública educativa.

Tal vez se requiera mayor intención por parte de los entes estatales para que se haga una labor provechosa con los recursos públicos empleados en los programas televisivos, en caso y a manera de

reflexión, es necesario mayor integración social desde la perspectiva de la creación de instrumentos y herramientas de fácil aplicabilidad para tener una comunicación entre productores de contenidos y académicos, como también sus audiencias expectantes a interactuar.

5. Beneficios para la comunidad

La televisión es un instrumento que está para potencializarse y llevarlo a otras esferas desde los territorios, siendo una herramienta que permite un intercambio no solo de bienes y servicios, sino que también permite una interrelación y comprensión de los mundos tanto externos como internos, con el propósito de poder darle a las futuras generaciones valores, conocimientos y herramientas para un pleno vivir digno sin temores e impedimentos.

Es Orozco en Rincón (2001), quien enfatiza como “en el lenguaje televisivo hay que distinguir el discurso del relato.”(p. 216) y finaliza con la sentencia de que “es el ámbito donde se ponen en juego signos y significantes icónicos y sonoros” (p. 215).

Aquellas formas de ver, escuchar, percibir y sentir los contenidos televisivos al momento de tener actividades alternas en el momento de estar ante la televisión, en muchas ocasiones de forma imperceptible e incluso automática por parte de los televidentes. (Orozco en Rincón, 2001).

“Finalmente, audiencias y defensorías tendrían que ser capaces de examinar, de monitorear, de hacer visible el desempeño de los medios para suscitar la discusión acerca de ellos o crear observatorios de medios, abrir sitios web donde se discuta a los medios, crear repositorios con los contenidos de los medios, lo que no siempre ocurre. Si me perdí el noticiero de la tarde, poder escucharlo a través de su repositorio, todos los contenidos deberían poder ser recuperados por sus audiencias y de ser posible con anotaciones críticas, o que complementaran el consumo audiovisual que ejerce la gente respecto de esos contenidos.” (CNDH, 2021. p. 40-41.)

Como se expresa en González (2016), refiriéndose a las relaciones entorno a la creación y consumo de productos y contenidos comunicativos, “el engagement puede ser entendido como ese elemento articulador, como un efecto buscado intencionalmente por consumidores y generadores de mensajes; los primeros quieren experimentar esa sensación y la buscan, los segundos trabajan para proveerla.” (p 15).

Respecto a cómo las audiencias televisivas reaccionan a los estímulos en la temporada 2023 Saber Tver se puede seguir la línea conceptual de González (2016) en la concepción de que “el engagement está compuesto por experiencias motivacionales y estas pueden ser de dos tipos: de acercamiento o de rechazo hacia el objeto/producto experimentado.” (p. 15).

Y de forma consecutiva González (2016), se apoya en la clasificación de Calder y Malthouse en el ámbito de las motivaciones de las audiencias frente a los contenidos comunicativos, señalados por experiencias de motivación “intrínsecas y otras de motivaciones extrínsecas. Las primeras se caracterizan por que la actividad de consumo del medio es el fin perseguido por el consumidor. En las segundas, el consumo del medio es el camino para llegar a una meta diferente.” (p. 15).

Estas categorías de motivaciones de las audiencias deben estar presente tanto en los estudios realizados por los realizadores y creadores de contenidos comunicativos televisivos y audiovisuales, en busca de no incurrir en repeticiones, contenidos monótonos, pesados conceptualmente e incluso sensacionalista y antiético. Elementos motivacionales que para esta investigación y su objeto de estudio se encuentran fuera de alcance, pero que de forma testimonial por parte de los participantes de las entrevistas semi-estructuradas y teorías, conocimientos y acercamientos conceptuales están presentes y puestas en consideración desde los temas abordados a lo largo de la temporada 2023 de Saber Tver, pero que requieren un mayor detenimiento y desglose desde una perspectiva lúdico - educativa dada la complejidad de sus conceptos; definiciones conceptuales necesarias para que se genere un ecosistema en la construcción de conocimiento en relación con los diferentes actores y agentes que participan en el fenómeno comunicacional en específico en la televisión pública colombiana.

6. Conclusión

Este proyecto investigativo más que una evaluación o crítica es un análisis exploratorio sobre los procesos de creación y producción, de los modelos y metodologías que se emplean en la televisión pública colombiana específicamente en el análisis de la creación de contenidos en Saber Tver, temporada 2023, para formar audiencias críticas participativas, de la cual de las diferentes categorías temáticas alcanzadas se destacan muchos elementos positivos y valederos para la formación de audiencias y públicos participativos en esta época que se encuentra mediada por la mensajería instantánea y la comodidad de la virtualidad. A partir de esta investigación se pudieron evaluar los capítulos realizados, focalizado en si realmente los contenidos televisivos realizados en este periodo fueron asertivos y eficaces desde una perspectiva de género discursivo (Barragán, 2016) y los subgeneros televisivos usados en la temporada 2023 de Saber Tver, y en la cual se anotó que el exceso de información especializada, el tratamiento discursivo de forma segmentada por bloques en busca de generar relaciones de afinidad con interlocutores resulta muy enriquecedora y dependerá de las audiencias testear si realmente los discursos generan afinidad y recordación.

También se exploraron los géneros televisivos según la perspectiva interpretativa de las categorías de Mazziotti en Rincón (2001) para referir lo que aconteció en el programa perteneciente al Comité Defensor de Audiencias del canal Teleantioquia Saber Tver en la temporada 2023, para concluir que más de la mitad de la temporada fue dedicada a resaltar, describir y promocionar las cualidades, actividades y atributos pertenecientes al canal Teleantioquia y sus medios aliados.

“Es muy importante que las defensorías no sean sólo intermediarios entre audiencias y medios, o no sean sólo intermediarios pasivos quiero decir. Es importante que sepan identificar y expresar qué opinan y qué quieren las audiencias, pero también que susciten la discusión.” (CNDH 2021, p. 40)

Respecto al programa del Comité Defensor de Audiencias Saber Tver en la temporada 2023, en el análisis a las categorías de temas abordados a lo largo de la temporada está muy focalizado en el panorama y el ecosistema mediático desde (Scolari en Orozco, 2019), que se gestó dado el fenómeno de las elecciones departamentales, lo que también generó un foco temático en los conceptos y temas por parte de los equipos de creación y producción de Saber Tver, temporada 2023.

Los temas a profundidad tratados en los capítulos de Saber Tver en la temporada 2023 pueden resultar ricos y atractivos sólo para una audiencia especializada en temas de comunicación y entornos virtuales. Esto sustentado en que la participación de los televidentes y audiencias sólo está relegada a secciones tipo comentarios y sugerencias, volviendo aún más impersonal los discursos que se expresan durante la temporada 2023.

Existe la facilidad de consultar y tener acceso a todos esos conocimientos teóricos de forma intuitiva en la virtualidad, específicamente en YouTube, en el perfil oficial del canal Teleantioquia, reiterando que Saber Tver sigue siendo un programa televisivo de género informativo, institucional e incluso de opinión como algunos integrantes del Comité Defensor lo expresaron, con temas especializados que requieren de una atención aguda, contextualizada y especial para no perderse entre la descripción de los conceptos, las narrativas implícitas del capítulo y el nivel de compromiso por parte de los expositores hacia el televidente que busca autoreferenciarse, por tal se retoma a González (2016), sintetizando a Heath (2009), cuando expresa que “el nivel de atención mediática se puede entender como la cantidad de pensamiento consciente, dirigido a un mensaje, en un momento particular (Heath, 2009, p. 62).” (González. 2016, p. 19).

Así que la tarea por perfeccionar y llevar a su máximo potencial un contenido televisivo como Saber Tver esta a mitad de camino, en donde hay aún muchos vacíos en todos los campos de conocimiento

y procesos de creación que rodean la construcción de programas televisivos educativos y de los sistemas que los comprenden y componen, aspectos en los cuales deberían centrarse todos los actores y dependencias partícipes del proceso de construcción del programa televisivo Saber Tver, desde la responsabilidad de las academias por regular, monitorear y asistir a los veedores responsables de la interlocución entre emisores y receptores, como también de los responsables de la formación de audiencias críticas participativas en los territorios.

En definitiva como lo plantea Marshall (2004), en (Scolari, 2008) de forma metafórica presentando a la televisión como un medio bisagra, en donde cumple varias funciones a pesar de su caracterización y catalogación como un medio tradicional, pero que no se debe pasar por alto u obviar que fue un medio de comunicación precursor, promotor, dinamizador cultural y que en las últimas décadas enfatizó en la inclusión social, promoción de valores, preceptos éticos y morales de la sociedad occidental.

Respecto a los modelos de creación y producción de contenidos televisivos en la esfera pública, se debe reconocer (Martin Barbero en Rincón, 2001) que el carácter de “público” en la televisión, es sinónimo de carencia, de falta de diseño y cuidado curatorial. Y es en estos egos y vacíos de lo “público” referente a lo perteneciente a un estado nación, es en donde en el ámbito de los medios comunicacionales, los proyectos comunales, las iniciativas sociales, las ligas de ciudadanías y los clubes de audiencias tanto de aficionados como de televidencias especializadas deben trabajar articuladamente con los representantes y veedores de estas instituciones que más que de orden público, deberían ser catalogadas como de orden social para que no sean los recursos mal inventariados, mal invertidos o redireccionados porque se declara que no hay demanda de profesionales o ideas para generar una parrilla de contenidos televisivos o peor aún, por la indiferencia ciudadana y falta de veedores de los recursos públicos en las regiones del territorio nacional.

ANEXOS

Instrumentos, tablas categóricas de los capítulos y codificadores de Saber Tver, temporada 2023:

Anexo 1 - Tablas SABER TVER CÓDIGOS CONTENIDOS (Incluye gráficos categorías Temporada 2023)

Matriz individual - descripción capítulos - temporada (2023) SaberTver

Catálogo de respuestas - Entrevistas grupo realizador - grupo integrantes Comité Defensor en Saber Tver, temporada 2023

Entrevistas:

Grupo realizador:

Anexo 2- Entrevista a F. Pineda. Director Saber Tver 2023

Anexo 3 - Entrevista a A. Monsalve. Productora general Saber Tver 2023

Anexo 4 - Entrevista a Y. Parra. Directora Saber Tver 2024

Anexo 5 - Entrevista a I. Goes. Profesional programación Teleantioquia

Grupo integrantes Comité Defensor de Audiencias:

Entrevista a Andrés Úsuga - INTEGRANTE COMITÉ DEFENSOR DE LAS AUDIENCIAS TELEANTIOQUIA 2022-2024

Entrevista a Mauricio Velázquez INTEGRANTE COMITÉ DEFENSOR DE AUDIENCIAS TELEANTIOQUIA

Entrevista a Heiner Castañeda - INTEGRANTE COMITÉ DEFENSOR DE LAS AUDIENCIAS

Documentos, normatividad y constitución del Comité Defensor de Audiencias de Teleantioquia:

Saber Tver Biblia (2008-2016)

CRC Compila TV -Estatuto Nacional

Acuerdo Junta 14 - 29 de junio 2023 Comité Defensor de Audiencias Teleantioquia

INFORME Saber Tver 2023

REFERENCIAS

- Acuerdo 15, Junta administradora de Teleantioquia. (2016). Reglamentación del Comité Defensor del Televidente. <https://www.teleantioquia.co/wp-content/uploads/2020/12/Acuerdo-15-Comite%CC%81-Defensor-del-Televidente.pdf>
- Aruguete, Natalia. (2017). Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso. *Más Poder Local*. Número 30, pp. 36-42. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5788523.pdf&ved=2ahUKEwi1za7a9MCGAxVtVzABHbsPAq0QFnoECBwQAQ&usg=AOvVaw2c9F1aazy5kUVeIlkEhI0M>
- Bustamante, Borys y Aranguren, Fernando y Argüello, Rodrigo. (2005). *Modelo pedagógico de competencia televisiva*. Fondo de publicaciones Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- Barragán Escarpeta, Víctor Alfonso. (2016). *Un género discursivo mediático: el defensor del televidente*. *Enunciación*, 21(1), p. 108-122. Universidad distrital Francisco José de Caldas. <https://revistas.udistrital.edu.co/index.php/enunc/article/view/10353/11755>
- Campuzano Ruiz, Antonio. (1992). *Tecnologías audiovisuales y educación. Una visión desde la práctica*. akal ediciones. Madrid España.
- Carrasco Campos, Ángel. (2010). Teleseries: géneros y formatos, en Miguel Hernández Communication Journal, 1, páginas 174 a 200. Universidad Miguel Hernández, UMH (Elche-Alicante). <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3304326.pdf>
- Eco, Umberto. (1986). *¿El público perjudica a la televisión?*. Sociología de la comunicación de masas, Vol. 2, (Estructura, funciones y efectos), coord. por Miquel de Moragas págs. 172-195.
- EL ABEDUL. Diario oficial. Congreso de Colombia. (1996). Ley 335. Ley 680 de 2001. Artículo 4ª. Artículo 33 de la ley 182 de 1995. https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-estrategicos/gestion-de-informacion-y-comunicacion/leyes/ley_335-de-1996-z.aspx
- Fernández Torres, María Jesús. (2005). *La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador. dictamen de las asociaciones de telespectadores*. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 25 (2). <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-083>
- García, Nestor. (2008). *Libros, Pantallas y audiencias ¿Qué está cambiando?*. *Comunicar: Revista científica de comunicación y educación*. Año 2008, Número 30. página 27 - 32. <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar30.pdf>
- García-Avilés, J. A. (2021). *El reportaje de infoentretenimiento: evolución del género en las televisiones generalistas en España (1990-2020)*. *Revista de Comunicación*, 2021, vol. 20, N° 2. (171-188). <http://www.scielo.org.pe/pdf/rcudep/v20n2/2227-1465-rcudep-20-02-171.pdf>
- García Ramírez, Diego. (2014). El modelo de televisión regional en Colombia: canales públicos bajo los parámetros del mercado. *Signo pensam*. vol.34 no.66. (pp 28 - 42) Universidad Javeriana. <http://www.scielo.org.co/pdf/signo/v34n66/v34n66a02.pdf>
- González-Bernal, Manuel Ignacio. (2016). *Hacia la comprensión del engagement de las audiencias de televisión, modelo conceptual multidimensional desde la comunicación*. *Palabra Clave* 19(3), p. 769-809. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/6419/pdf>
- Gutiérrez, Eduardo. (2015). *Entradas y claves para la historia de la televisión en Colombia*. En *Televisión y construcción de lo público*. Cátedra UNESCO de comunicación. Pontificia Universidad Javeriana. José Miguel Pereira G., Editor. Bogotá, D. C., diciembre 2015. p. 104 - 107. https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/television_construccion_publico2.pdf
- González, M., Roncallo-Dow, S., Arango-Forero, G. y Uribe-Jongbloed, E. (2015). Calidad en contenidos televisivos y engagement: Análisis de un canal privado en Colombia. *Cuadernos.info*, (37), 17-33. <https://www.scielo.cl/pdf/cinfo/n37/art02.pdf>

Hall, Stuart. (1973) *Codificar / Decodificar*, CCCS, Birmingham. Policopia N°7. Londres, Inglaterra. Traducción: Carlos Rusconi y Ariadana Cantú. <https://es.scribd.com/document/142411371/Hall-S-Codificar-Decodificar-Completo>

Hernández Sampieri, Roberto. Fernández Collado, Carlos. Baptista Lucio, María del Pilar. (2010). *Metodología de la investigación*. Quinta edición. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Herrera Damas, Susana. (2008). *El defensor de la audiencia como instrumento para la educación en medios*. *Comunicar*, n° 30, v. XV, *Revista Científica de Comunicación y Educación*; p. 125-139. <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar30.pdf>

Herrera Damas, Susana. (2007). *El defensor de la audiencia: claves para entender el contexto de su aparición*. *Palabra clave*, 10(1), p. 25 - 35. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1272/1385>

Herrera Damas, Susana. (2005). *Situación del ombudsman en el mundo*. *Revista de comunicación*. Universidad de Piura, Perú. Vol. 4, p. 17-37. <https://revistadecomunicacion.com/article/view/2853/2370>

Informe Ejecutivo, Teleantioquia. (2018). versión 12. <https://www.teleantioquia.co/wp-content/uploads/2021/05/INFORME-EJECUTIVO.pdf>

Katz, E. Blumler, J. G. y Gurevitch, M. (1985). *Usos y gratificaciones de la comunicación de masas*, coord. por Miquel de Moragas. En *Sociología de la comunicación de masas*, ed. G. Gil, Barcelona. págs. 1- 28. <https://es.scribd.com/doc/221976786/Katz-Blumler-y-Gurevitch-Usos-y-Gratificaciones-de-La-Comunicacion-de-Masas>

López de la Roche, Maritza. (2008). *¿Aprenden las audiencias infantiles con los medios?*. *Comunicar*, n° 30, v. XV, *Revista Científica de Comunicación y Educación*; páginas 55-59. <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar30.pdf>

Marín Pulgarín, Ana María. (2006) *Televisión pública en Colombia: del monopolio estatal a la descentralización*. *Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas/ UNESCO*. Editores: Indrajit Banerjee, Kalinga Seneviratne. - 1 ed.- San José, C.R.: Oficina de la UNESCO para América Central. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141584_spa

Martín Barbero, Jesús. Rey, Germán. Rincón, Omar. (2000). *Televisión Pública, Cultural, De Calidad*. *Revista Gaceta #47*. Bogotá: Ministerio de Cultura. Diciembre, pp. 50-6. <https://www.comminit.com/la/node/150359>

Morley, David. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, pp. 111-147

Organización interamericana de defensoras y defensores de las audiencias (OID). (2014). *Derechos de las audiencias*. OID. <https://oidaudiencias.org/>.

Ottaviano, Cynthia (2021). *Las nuevas defensoras de las audiencias de América latina*. Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. <https://facilivros.wordpress.com/2021/11/20/lancamento-fac-livros-las-nuevas-defensorias-de-las-audiencias-de-america-latina/>

Ramírez, Diego. Marialva, Carlos Barbosa. (2016). *Historias de la televisión en Colombia: vacíos y desafíos*. Nueva época, núm. 26, mayo-agosto, pp. 95-121. <https://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n26/0188-252X-comso-26-00095.pdf> comunicación y educación, 30. página 27 - 32. <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar30.pdf>

Restrepo Yepes, Olga Cecilia y Molina Saldarriaga, César Augusto y Palacio Mesa, Rubén Darío y Restrepo Yepes, Juan Diego y Bedoya Taborda, Luisa. (2021). *Construcción del Derecho de las Audiencias: el Caso de las Defensorías del Televidente en Colombia*. *The Law, State and Telecommunications Review*, Brasília, 14(1), p.139-164. <https://periodicos.unb.br/index.php/RDET/article/view/37717/33254>

Rincón, Omar. (2001). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. de los autores. Fundación Friedrich Stiftung. Convenio Andrés Bello. Bogotá D. C. - Colombia. https://books.google.com.co/books?hl=en&lr=&id=coXrbdkTU5QC&oi=fnd&pg=PA9&dq=info:BgPlkOKYZP8J:scholar.google.com&ots=eJdN7PqLx&sig=fXmSRsk2nJAqFwukerRctRWU28&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Rincón, Omar y Estrella, Mauricio. (2001). *Televisión: Pantalla e identidad*. El conejo. Friedrich - Ebert -Stiftung Proyecto latinoamericano de medios de comunicación. https://books.google.com.co/books?hl=en&lr=&id=vQX3zIMi9QoC&oi=fnd&pg=PA11&dq=info:l8mC8x-XO5AJ:scholar.google.com&ots=TM2GnYtSBk&sig=53JIF2xNv_3EqJ6TjNfGBbup3ZU&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Repoll, Jerónimo. (2012). *El papel de las audiencias y sus defensores en la era de las redes sociales*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Derecho a Comunicar, Número 5. https://www.spr.gob.mx/defensoria/secciones/temas-interes/documentos/articulos/201205_defensa_propia.pdf

Pauwels, Flavia Verónica. (2014). *Las Defensorías De Las Audiencias En América Latina: Hacia Un Diálogo Crítico Y Constructivo Entre Medios Y Públicos*. Gt18: Ética, Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación. <https://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/11/vGT18-Flavia-Pauwels.pdf>

Scolari, Carlos. En Orozco, Guillermo. Torres, Gabriel. Scolari, Carlos. Piscitelli, Alejandro. (2019). *La nueva ecología de la comunicación: prosumidores, narrativas y alfabetización transmedia*. Barcelona. En *Agenda digital para la Tv pública en Iberoamérica*. Editorial Gedisa. <https://books.google.com.co/books?id=UJGuDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Scolari, Carlos. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa. Barcelona, España. <https://www.felsemiotica.com/descargas/97686682-Scolari-Carlos-Hipermediaciones.pdf>

Silverstone, Roger (1994). *Television and Everyday Life*. Taylor & Francis e-Library, 2003. (132- 177). <https://www.eafit.edu.co/egresados/general/Documents/television-y-vida-cotidiana-silverston.pdf>

Valderrama, Carlos E. (2009). La investigación en medios de comunicación en Colombia (1980-2009). *nómadas*, diciembre, universidad central Colombia. p. 262 - 276. <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n31/n31a18.pdf>

Terrazas Valdés, Ana Cecilia. (2021). Defensoría de las Audiencias de Radio Educación; Cátedra UNESCO en Comunicación y Sociedad; Instituto de Investigación y Estudios en Cultura de Derechos Humanos, CULTURA DH; Asociación Mexicana de Defensorías de las Audiencias, AMDA; Asociación Mundial de Radios Comunitarias capítulo México, AMARC. Esta edición impresa ha sido posible gracias a: la Dirección de Publicaciones de la Comisión Nacional de Derechos Humanos. <https://radioeducacion.edu.mx/serie-derechos-audiencias>. <https://radioeducacion.edu.mx/wp-content/uploads/2021/07/Libro-Introduccion-Derechos-Audiencias.pdf>