

# RECONOCIENDO AUDIENCIAS

RECEPCIÓN DE CONTENIDOS  
TELEVISIVOS EN LA  
EDUCACIÓN DE  
ADOLESCENTES

Eliana Catalina Arias  
Yuli Andrea Bueno Hincapié  
Leidy Johanna Cardona Echeverry



**RECEPCIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS EN LA EDUCACIÓN DE  
ADOLESCENTES DE GRADO ONCE (11º), DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
CARLOTA SÁNCHEZ**

**Investigadoras:**

LEIDY JOHANNA CARDONA ECHEVERRI  
YULI ANDREA BUENO HINCAPIÉ  
ELIANA CATALINA ARIAS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
ESCUELA DE ESPAÑOL Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA EDUCATIVA  
PEREIRA, RISARALDA  
NOVIEMBRE 2015

**RECEPCIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS EN LA EDUCACIÓN DE  
ADOLESCENTES DE GRADO ONCE (11º), DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA  
CARLOTA SÁNCHEZ**

**Investigadoras:**

LEIDY JOHANNA CARDONA ECHEVERRI  
YULI ANDREA BUENO HINCAPIÉ  
ELIANA CATALINA ARIAS

**Proyecto de grado para optar al título de:**  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA EDUCATIVA

**Director de proyecto:**

Magíster en Comunicación Educativa  
LUIS HUMBERTO RENDON ARIAS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
ESCUELA DE ESPAÑOL Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN E INFORMÁTICA EDUCATIVA  
PEREIRA, RISARALDA  
NOVIEMBRE 2015

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma de presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

## **DEDICADO A:**

### **Yuli Andrea Bueno Hincapié lo dedica a:**

Dios, porque "con ÉL lo puedo todo". A mi madre Nubia Hincapié, quien es la base fundamental de mi vida, y guía en mi formación como ser humano emprendedor, visionario y moralmente intachable. De igual manera a mi padre Hevert Bueno y a mis hermanas Jenny y Laura, ejes de mi vida, a quienes les agradezco el acompañamiento, el apoyo y la paciencia.

A Jhonier A. Mendéz quien directamente me acompañó, motivó, apoyó y compartió este proceso tan importante; finalmente a profesores y compañeros, cómplices que han aportado de diferentes maneras a mi formación profesional, y sobretodo hicieron de mi paso por la universidad, una experiencia mágica e irrepetible, especialmente mis colaboradoras y amigas de este proyecto.

### **Eliana Catalina Arias lo dedica a:**

En primera instancia le agradezco a Dios por permitirme llegar hasta acá. a mi madre Stella Arias quien con su esfuerzo, apoyo y dedicación y por siempre creer en mí, hizo posible que yo culminara esta nueva etapa de mi vida.

A Belman Alexander Navarro Ramírez, por su apoyo incondicional, por la compañía, motivación que siempre me brindo, y por vivir paso a paso este proceso conmigo. Agradezco a mis compañer@s, especialmente a Yuli y a Joanna quienes vivieron esta maravillosa etapa a mi lado. A los profesores por transmitir sus conocimientos.

### **Leidy Johanna Cardona Echeverry lo dedica a:**

Dedicado especialmente a Dios y a mi padre Alberto Cardona (QEPD) ya que guiaron mi camino hasta este punto de mi vida, gracias a ellos he podido superar y



levantarme en momentos de debilidad. A mi madre, Milena Echeverry por apoyarme en todo momento, a Mariluz Echeverry por ser mi bastón, por siempre creer en mí y por brindarme todo su amor y comprensión.



## AGRADECIMIENTOS

### **Las autoras expresan sus agradecimientos a:**

Todos aquellos docentes quienes hicieron parte de nuestra formación desde que iniciamos este proceso. Gracias por brindarnos sus conocimientos, anécdotas, enseñanzas, y sobre por hacer de nosotras mejores personas, empujando nuestros deseos de llegar a la meta trazada desde hace un poco más de 5 años. Gracias por ser más que docentes, amigos.

Un agradecimiento y fuerte apretón de manos, al director y asesor del trabajo que está por leer; Betico, gracias por el apoyo y los valiosos momentos que compartió con nosotras en las diferentes asignaturas y en este proyecto, sus aportes son y serán siempre recordados significativamente.

Al Dr. Julián Vélez Carvajal, quien inició este proceso con nosotras hace más de año y medio; donde se encuentre, le agradecemos y le deseamos prosperidad en sus proyectos.

A la institución educativa Carlota Sánchez, que nunca nos cerraron sus puertas, y que amablemente permitieron que lleváramos a cabo la aplicación de los instrumentos de recolección de información en sus aulas de clase.

Finalmente a la Universidad Tecnológica de Pereira, por abrir sus puertas y permitir que entráramos en un mundo lleno de conocimiento, experiencias y posibilidades. Y por apoyar el proceso de formación como Licenciadas en Comunicación e Informática Educativa.

Gracias, siempre gracias.



## INDICE GENERAL

RESUMEN DEL PROYECTO .....	10
Abstract.....	12
CAPITULO I: ESTABLECIENDO EL OBJETO DE ESTUDIO .....	15
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	15
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	20
JUSTIFICACIÓN .....	21
ESTADO DEL ARTE .....	25
MARCO TEÓRICO.....	33
CATEGORIAS CONCEPTUALES .....	35
RECEPCIÓN: interacción audiencia – pantalla .....	35
EDUCACIÓN: relación educación – pantalla .....	36
AUDIENCIA: vínculo de interacción – pantallas .....	37
MICROMEDIACIONES.....	39
MACROMEDIACIONES .....	42
LOS OBJETIVOS .....	45
CAPITULO II: RECONOCIENDO AUDIENCIAS .....	47
METODOLOGÍA.....	47
Enfoque metodológico: procesos televisivos .....	47
Fases del proceso de investigación .....	48
Fases proceso metodológico .....	50
FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	53
Instrumentos de recolección de la información .....	53
Diseño: formulario de entrevista semi estructurada .....	54
Diseño: ficha de análisis .....	54
Fase de preparación .....	57



Implementación: Entrevista.....	57
Implementación: Ficha de análisis.....	57
INCONVENIENTES .....	58
Inconvenientes en la fase de aplicación: Entrevista .....	58
Inconvenientes en la fase de aplicación: Ficha de análisis.....	58
TÉCNICA DE ANÁLISIS .....	59
Procesos de análisis y síntesis de la información .....	59
FASE 1: ESTRUCTURACIÓN .....	61
FASE 2: AGRUPACIÓN DE PRIMER ORDEN.....	61
FASE 3: AGRUPACIÓN DE SEGUNDO ORDEN .....	64
FASE 4: AGRUPACIÓN DE TERCER ORDEN.....	66
FASE 5: AGRUPACIÓN DE CUARTO ORDEN .....	67
FASE 6: AGRUPACIÓN DE QUINTO ORDEN.....	81
FASE 7: CONCLUSIONES.....	93
CAPÍTULO III .....	94
CAPITULO III: DEFINIENDO AUDIENCIAS.....	95
DIÁLOGO CON EL AUTOR .....	95
MICROMEDIACIONES.....	96
Televidencia del primer orden.....	97
Televidencias de Segundo Orden.....	105
MACROMEDIACIONES.....	110
CONCLUSIONES.....	116
BIBLIOGRAFÍA .....	121
ANEXOS .....	122
ANEXO 1: FORMULARIO ENTREVISTA .....	123
ANEXO 2: FICHA DE ANÁLISIS.....	128

## RESUMEN DEL PROYECTO

Este proyecto de investigación pretende analizar y distinguir el proceso de recepción de los contenidos televisivos, en canales nacionales e internacionales, en los adolescentes que se encuentran en edades entre los quince (15) y dieciocho (18) años, cursantes de grado once (11°), de la institución educativa Carlota Sánchez de la ciudad de Pereira. Dicho proyecto se ubica en el paradigma de investigación cualitativa, el cual ayuda a la recolección de información y características claves del proyecto investigativo, posibilitando así un análisis más detallado, con ayuda de instrumentos de recolección como: la entrevista semi estructurada y la ficha de análisis que ayuden en el hallazgo de datos significativos. Esta investigación requiere de un acercamiento con el sujeto, mediante la observación, para así tener en cuenta aspectos culturales, percepciones, opiniones y gustos de los sujetos.

A la luz de los planteamientos del autor Mexicano *Guillermo Orozco Gómez*, principalmente en los estudios de recepción que se encuentran en su libro “*Televisión, audiencias y educación*”; donde se logra identificar cómo los sujetos están susceptibles a cambios y a tomar una identificación propia ante la sociedad, y con el fin de comprender cómo los sujetos interactúan frente a las pantallas televisivas, qué contenidos hacen parte del agrado de los estudiantes, qué influencias tienen dichos programas en su comportamiento en sus espacios de socialización y en su lenguaje, y qué cambios adquieren partiendo de lo que visualizan.

Para dar respuesta a lo anteriormente mencionado se deben tener en cuenta los planteamientos del autor acerca de las micromediaciones y las macromediaciones. Donde las primeras se componen de dos televidencias, y estas son de primer orden y

segundo orden, que hablan acerca del sujeto, y las segundas de cómo se reconfigura el visionado del sujeto. Todo esto para comprender el proceso de recepción de contenidos televisivos de los estudiantes. Es también necesario conocer que el autor habla del gran avance que han traído consigo medios de comunicación, de cómo la radio, la prensa y la televisión ha traído consigo: ofertas de consumo en la sociedad, cambios, transformaciones entre los sujetos y sus relaciones; estos medios de comunicación y estos avances han reconstruido y rediseñado la vida cotidiana de los sujetos.

En este orden de ideas se plantea la pregunta de investigación, ¿cómo es el proceso de recepción de contenidos televisivos en adolescentes de grado once (11°) de la institución educativa Carlota Sánchez, en canales nacionales e internacionales?, para lograr responderla se traza un objetivo general, en el que se pueda analizar de manera clara, el análisis en el proceso de recepción. También unos objetivos específicos como: identificar los contenidos televisivos que ven los adolescentes, especificar los criterios para la selección de los programas que visualizan y establecer la manera en que apropian los jóvenes los contenidos televisivos de los programas que seleccionan.

Finalmente como metodología se emplea un cronograma de actividades en la institución, donde se aplican los instrumentos de recolección de información antes mencionados, para posteriormente analizarlos, sistematizarlos y lograr resultados.

## **Abstract**

This research project aims to analyze and distinguish the reception process of the television content in channels on national and international television in teenagers between the ages of fifteen (15) and eighteen (18) in eleventh (11) grade from the Carlota Sánchez educational institution in Pereira city. This project is located in the qualitative research paradigm, which helps the collection of information and key features of the research project, enabling a more detailed analysis, with the help of collection instruments such as: the semistructured interview and the analysis sheet to help us find meaningful data. This research requires an approach with the subject, through observation, in order to take into account cultural aspects, perceptions, opinions and preferences of the subjects.

Based on the views of the Mexican author **Guillermo Orozco Gómez**, mainly in the reception studies found in his book "**Televisión, audiencias y educación**"; where it is possible to identify how the subjects are susceptible to changes and to take a proper identification versus society, and in order to understand how subjects interact in front of television screens, what contents are liked by students, what influences these programs have in their behavior in socialization spaces and in their language, and what changes they acquire starting from what they visualize.

In order to respond to the above, it must be taken into account that the author talks about micromediations and macromediations. Where the first ones are composed of two television views, and these are first order and second order, which speak about the subject, and the second ones talk about how the viewing of the subject is reconfigured. All this to understand the reception process of the television content in

students. It is also necessary to know that the author talks about the great advance of the media, how radio, press and television has brought with it: consumer offers in society, changes, transformations between subjects and their relationships; these media and these advances have reconstructed and redesigned the daily life of the subjects.

In this order, the research question is asked: How is the reception process of the television content of the weekend's time zone on national and international television in teenagers of eleventh (11) grade from the Carlota Sánchez educational institution? To answer this question it is raised a general objective, in which the analysis about the reception process can be done in a clear way. There are also specific objectives such as: identifying the television content adolescents watch, specifying the criteria for the selection of the programs they watch and establishing how young people appropriate the television content of the programs they select.

Finally, as a methodology, a schedule of activities is used in the institution, where the instruments mentioned before to collect information are applied, for later analysis, systematization and results.

A hand holding a pointer stick pointing to a cloud containing the text 'CAPÍTULO I'. The background is a red halftone pattern.

# **CAPÍTULO I**

## **CAPITULO I: ESTABLECIENDO EL OBJETO DE ESTUDIO**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Este tema de investigación nace de la necesidad de conocer la influencia que tiene la televisión en los adolescentes en la actualidad y reconocer a qué tipo de audiencias responde. Es por esto que este proyecto de investigación titulado “Recepción de contenidos televisivos en canales nacionales e internacionales, en la educación de adolescentes del grado once (11°) de la institución educativa Carlota Sánchez de la ciudad de Pereira,” tiene como propósito analizar el proceso de recepción de los contenidos televisivos en canales nacionales e internacionales para lograr darle respuesta a la pregunta de investigación. Teniendo en cuenta lo anterior se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo es el proceso de recepción de contenidos televisivos en canales nacionales e internacionales en adolescentes de grado once (11°) de la institución educativa Carlota Sánchez?

Infiriendo que los estudiantes que se encuentran cursando el último grado de bachiller, que se encuentran entre los quince (15) y dieciocho (18) años de edad y que son pertenecientes a un estrato socioeconómico medio; han tenido contacto con televisores y con una programación. Siendo la televisión un mass-media de gran importancia, convirtiéndose en un medio indispensable en los hogares, no solo para informar, entretener y educar, sino que con el tiempo se ha adueñado del espacio como un acompañante. Este medio de comunicación ha reconstruido y rediseñado la vida cotidiana de los sujetos.

De acuerdo con lo anterior, argumenta Guillermo Orozco que la televisión es un medio de mayor popularidad y penetración, versátil, incisiva, seductora creciente y amplificada<sup>1</sup> con un aumentado auge e influencia entre adolescentes, quienes son sujetos con la capacidad de construir pensamiento crítico, actitudes, identidad e interacción con otros, manifestando uno o varios intereses particulares. Son sujetos comunicantes capaces de escuchar, leer y ver, los cuales logran generar estereotipos fácilmente por sus creencias y gustos, y la televisión es una tecnología en constante cambio y un objeto privilegiado de entretenimiento. Otra de las razones por las cuales surge esta necesidad de estudiar el proceso de recepción de contenidos televisivos, enfocado en los procesos de recepción y de interpretación de significados, comunicaciones y mediaciones que representa el medio de la televisión.

La población citada anteriormente por su rango de edad, son denominados Nativos Digitales, como lo menciona Ferrer Mico Teresa, se denomina nativo digital u homo sapiens digital a todas aquellas personas que nacieron desde 1980 hasta la actualidad<sup>2</sup> por su acceso a los avances tecnológicos se convierten en “hablantes nativos” del lenguaje de los ordenadores<sup>3</sup>; por esta razón la televisión como electrodoméstico deja de ser la caja mágica del hogar y pasa a ser un artefacto al que se puede acceder desde cualquier pantalla y en cualquier escenario.

Al ser la televisión más asequible, versátil y de alta penetración en el sujeto, el consumo de la programación aumenta teniéndola literalmente en el bolsillo. Orozco habla de la convergencia de la tecnología celular con la digital, expresando que la digital ha hecho

---

<sup>1</sup> OROZCO GÓMEZ Guillermo, Televisión, Audiencia y Educación. 2.001. P. 11.

<sup>2</sup> FERRE MICO Teresa, Nativos Digitales NATIVOS DIGITALES *Journal of Feelsynopsis (JoF)*. ISSN2254-3651. 2012 (2): 52-56

<sup>3</sup> PRENSKY Marc, Nativos e Inmigrantes Digitales, Edita: Distribuidora SEK, S.A. Impresión: Albatros, S.L. Depósito legal: M-24433-2010, LINK [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)



posible que la celular pueda ser usada ya también para la transmisión de imágenes y no sólo para la transmisión de la voz, lo que permite contar con la posibilidad de una Televisión Móvil.<sup>4</sup> Al ser portátil, movable y personalizada, hay muchas probabilidades de que la responsabilidad de los adultos se vea fracturada, al ser sus hijos (niños y adolescentes) quienes deciden qué ver, en qué momento y en compañía de quien hacerlo, también está la probabilidad de poner en riesgo la tradición familiar de compartir unidos frente a la pantalla afrontando la cohesión social, individualizando la interacción individuo – máquina – información a fronteras insospechadas<sup>5</sup>. Preguntándonos como seres humanos, ¿cuál es el lugar de la televisión en el hogar o si realmente ya está fuera de él?

La televisión puede ser vista desde la web a través de cualquier dispositivo fijo o móvil, (computadores, equipos portátil, celulares, tablets y otras pantallas), lo que incrementa su consumo, y la televidencia se apodera de las decisiones, eligiendo qué cantidad de capítulos de su programa favorito desea ver, pudiendo pausar o retroceder su contenido sin la mínima complicación, (teniendo también transmisiones en directo de capítulos estreno) y qué cantidad de tiempo invertir en ello.

Es entonces la televisión el medio de comunicación de masas por excelencia y lleva años siendo la reina en los hogares, tiene mayor preferencia y fidelidad de la audiencia, especialmente por parte de los padres y adolescentes. Según datos reales de estudios revelados por el DANE en una encuesta sobre la televisión, y resaltando que los consumidores potenciales no son las amas de casa sino los niños entre 12 a 18 años de edad los que más ven telenovelas. Como éste, son muchos los datos reveladores

---

<sup>4</sup> OROZCO GÓMEZ Guillermo, Televisión, Audiencia y Educación. 2.001. P. 93.

<sup>5</sup> Ibídem.

sobre el consumo de televisión en Colombia. El trabajo se realizó a 126.152 personas de 32.485 hogares residentes en 16 ciudades del país: Bogotá, Medellín, Cali, Cartagena, Bucaramanga, Barranquilla, Cúcuta, Pereira, Manizales, Ibagué, Pasto, Villavicencio, Montería, Santa Marta, Armenia y San Andrés Islas.

Resultados:

¿Quiénes ven más TV?

- El 93.4% de las personas que ve televisión se ubica en el rango de edad entre 5 y 11 años, seguido por las personas en el rango de edad entre 12 a 17 años (91.95%).
- Las personas que estudian son las que más ven televisión (92.4%), comparado con la proporción de las personas que ven televisión y no estudian (86.3%).
- Por grado de escolaridad, las personas que más ven televisión son las matriculadas en Preescolar (94%). El 86.8% de las personas inscritas en el grado de primaria ven televisión.
- El mayor número de personas que declara ver televisión viven en Armenia (97.9%), seguidas por las personas residentes en Pereira (94.2%), y San Andrés (93.2%). Medellín (82.9%) y Cúcuta (76.5%) son las ciudades con menor número de personas que declaran ver TV.
- El estrato socioeconómico 1 es el que más horas dedica a ver televisión colombiana (2.48 horas) de lunes a viernes y los fines de semana (2.65 horas). Los canales de televisión internacional son más vistos durante la semana por los estratos socioeconómicos más altos (1.32 horas en el estrato 6 y 1.13 horas en estrato 5).

Los resultados revelan que el consumo es considerable para la población a estudiar en esta investigación. Siendo la televisión apreciada hoy en día como el medio de comunicación de mayor fuerza socializadora. Su gran influencia, lleva a razonar la importancia de revisar sus efectos e influencias en las personas. Siendo los niños parte del numeroso público expuesto a la información televisiva, y que probablemente sean los más vulnerables ante sus mensajes, dada su incompleta formación ideológica, social, cultural y de valores; se logra deducir una problemática en los hogares, y es el cómo asumen los padres de familia y/o acudientes, la responsabilidad y autoridad en la supervisión del consumo de los programas televisivos de sus hijos. El afán laboral y personal de los padres hace que se le delegue la escogencia de la programación y el tiempo que dedican a ella los adolescentes. Confiando en los canales y su programación, es por ello necesario que los padres enseñen a sus hijos a ser una audiencia que escoge lo que visualiza, a obtener información útil, reflexiva, divertida y/o educativa.

Para indagar sobre los procesos receptivos de los adolescentes del grado Once (11<sup>o</sup>) anteriormente nombrados, se han formulado los siguientes interrogantes específicos:

¿Qué ven los adolescentes de grado once de la institución educativa Carlota Sánchez?, ¿Con qué criterios seleccionan los jóvenes los programas que ellos visualizan? y ¿Cómo apropian los jóvenes los contenidos televisivos de los programas que seleccionan?

Estos interrogantes serán el punto de partida para identificar de qué manera interactúan los jóvenes frente a las pantallas, específicamente la televisión y los programas televisivos, y cómo los apropian en su vida. Qué influencia tienen dichos programas, y cómo estos adolescentes van asumiendo una identidad que es reflejada en su forma de hablar, de expresarse, en su vestir, en su actitud y comportamiento frente a los demás.

## **PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

**¿Cómo es el proceso de recepción de contenidos televisivos nacionales e internacionales en adolescentes de grado once (11º) de la institución educativa Carlota Sánchez?**



## JUSTIFICACIÓN

La elaboración de este trabajo de investigación permite saber qué tipo de contenidos televisivos están viendo los adolescentes de la institución Educativa Carlota Sánchez, y así mismo dar a conocer las influencias que puedan tener este medio y sus contenidos sobre ellos.

La televisión se encuentra instaurada en los hogares de las personas seduciendo, entreteniéndolo, transformando, separando y generando todo tipo de emociones; en ella se puede visualizar desde deportes y moda hasta política y economía. Con innumerables canales, está presente para todos según sus intereses; es por esto que se ha convertido en el medio de comunicación de mayor influencia en hogares, tiendas y calles. El núcleo familiar ha confiado en ella, convirtiéndola en su compañera al conectarse con ella a diario en horarios exactos de programación e incluso en momentos de ocio haciendo zapping.

La tecnología ha ayudado a dar un gran paso para que la humanidad, pueda avanzar y generar grandes cambios, como es el caso de la televisión, esta con su evolución ha mostrado un mundo visual capaz proponer estereotipos, moldear personas y forjar distintos comportamientos, cambios cognitivos, afectivos y de conducta.

La televisión presenta estereotipos que cambian a medida que pasa el tiempo, con ellos se dirigen los deseos logrando cambiar la forma de ser de las personas, a cada instante se puede ver como la publicidad genera necesidades innecesarias y la violencia se evidencia tanto en dibujos animados como en la vida real, y es un tema que no debería

ser llamativo por amarillismo, sino para saber qué se puede cambiar para mejorar la sociedad.

Describir y valorar cómo desde la parte educativa (Licenciatura en Comunicación e informática Educativa) y la tecnología se va dando una transformación social y cultural en los adolescentes, que activamente consumen contenidos televisivos gracias a las múltiples pantallas.

Dentro del proceso de recepción se da un proceso de aprendizaje y transformación del sujeto, las mediaciones como la familia, las instituciones y los medios alternos, hacen un gran aporte a que los adolescentes forjen una identidad. Se puede decir entonces, que hoy en día hay mayor acceso a todo tipo de información, ya que las nuevas formas de comunicación se encuentran sumergidas en los aparatos tecnológicos, con diversas plataformas que brindan la posibilidad de aprovechar para bien o mal o simplemente ignorar, todo lo que se percibe y que en muchos casos lo que pretende es buscar una reproducción de los contenidos, en nuestro caso televisivos.

Como argumenta el autor Guillermo Orozco quien es fundamental en los estudios de recepción en América Latina, diciendo que “la familia en tanto que grupo donde regularmente se ve la televisión y se entabla una interacción directa con su programación cotidiana, constituye también una ‘comunidad de apropiación’ del mensaje televisivo. Los miembros de la familia, sobre todo los adultos, ejercen una influencia permanente en los más pequeños (los niños), no sólo en los gustos y preferencias televisivas que van desarrollando, sino también en sus modos de apropiación de lo que ven y escuchan en la pantalla”.<sup>6</sup>. Por ello la enseñanza de qué

---

<sup>6</sup> Orozco Guillermo. Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo. Ediciones de la torre. 1996. P.49

ven, dónde lo ven, y cómo apropian los estudiantes los diferentes contenidos televisivos, hace parte tanto de un acto individual como colectivo que genera tradiciones, y estas a su vez ayudan al sujeto en su construcción de identidad.

Orozco sostiene que la televisión ha dejado de ser sólo un medio para constituirse en un fenómeno. Para él, la televisión está perdiendo su posición hegemónica como fuente de información y entretenimiento, y ahora debe competir con otras pantallas y dispositivos, lo que la ha llevado a explorar nuevas formas de capturar a la audiencia. Por esta razón, la televisión (en especial la de paga o señal restringida) ha buscado audiencias específicas a través de canales temáticos. Esta búsqueda ha llevado a la televisión a experimentar nuevas temáticas y narrativas, en especial en la ficción televisiva, la animación y el telefilme.

Con esta investigación se espera sembrar en los niños, adolescentes y jóvenes adultos; la capacidad de comprender que somos sujetos - audiencias, activos e interactivos, capaces de asumir los diferentes contenidos televisivos con responsabilidad, y capaces de tomar decisiones frente a lo que se consume y cómo se consume.

Cabe resaltar que el ser humano puede transformarse y lograr un cambio significativo que aporte a las futuras generaciones un lugar mejor. Con sujetos libres y autónomos capaces de tomar decisiones sin afectar al otro, lo que se aprende por medio de las pantallas, y más que aprender es comprender, es lo que les va a dar la llave a una comprensión de la sociedad que las generaciones venideras heredan lo que se pueda aportar en cuanto a la educación comunicativa, puesto que lo que se le enseña a niños, es parte de lo que se aprende cuando se adquieren conceptos y habilidades críticas para saber elegir; e innegablemente son las pantallas (en especial la televisión y

la internet) entes mediadores de conocimiento que brindan información de todo tipo, las cuales aportan en el sujeto, y con las que se generan pensamientos críticos.



## ESTADO DEL ARTE

El presente proyecto de investigación, *“Recepción de contenidos televisivos en adolescentes”*, pretende reconocer los procesos de recepción de contenidos televisivos que abordan los adolescentes del grado once (11º) de la institución educativa Carlota Sánchez y cómo apropian estos contenido en su vida cotidiana.

Tomando como referentes los recursos electrónicos proporcionados por la biblioteca Jorge Roa Martínez, PROQUEST, se realizó la consulta de textos, entre ellos, artículos, proyectos de investigación, citas, libros y revistas especializadas, de los cuales se tomaron nueve (9), que fueron utilizados como base inicial de este proyecto.

Por lo cual para aspectos del estado de arte, damos un primer acercamiento formal a la investigación con las siguientes categorías de búsqueda:

- Recepción
- Adolescentes y niños
- Televisión
- Contenidos televisivos
- Pantallas
- Comunicación
- Educación
- Audiencia

Las anteriores categorías de búsqueda, se utilizaron para dar la pesquisa de datos sobre cómo es el proceso de recepción televisiva de la población estudiantil del antes mencionado colegio. Partiendo desde los resultados originados por las anteriores palabras de búsqueda, se procedió a seleccionar de una manera exhaustiva los artículos más pertinentes con respecto a otras investigaciones y experiencias realizadas.

Para la elaboración del Estado del arte se utilizaron los siguientes artículos:

Carmen Marta Lazo y María del Mar Grandío en su investigación “Análisis de la competencia audiovisual de la ciudadanía española en la dimensión de recepción y audiencia” del año 2012. Con aportaciones de la tradición académica en estudios de recepción, los datos obtenidos del caso empírico demuestran la deficiente alfabetización en materia de recepción en España. Este artículo ha puesto de manifiesto la centralidad de la dimensión en recepción y audiencia para valorar las competencias mediáticas de los ciudadanos. Se fundamenta en una medición de competencias basada en la articulación de dimensiones (el lenguaje, la tecnología, los procesos de producción y programación, la ideología y los valores, la recepción y audiencia, y estética).

Esta investigación hace aportes a este trabajo, partiendo desde lenguaje que transmiten las pantallas televisivas, y como la audiencias lo reciben, para así tomar una identidad teniendo como punto de partida los valores y las ideologías. De cómo los contenidos televisivos toman mayor influencia en los niños y adolescentes llevándolos a tomar comportamientos y actitudes diferentes. Dando paso a la investigación de José Antonio Gabelas Borroso en su proyecto de investigación “Modos de intervención de los padres en el conflicto que supone el consumo de pantallas” del 2008 donde se empleó

una encuesta de tipo descriptivo, ya que trata de recoger toda la información posible referente a las características del consumo de cada una de las pantallas que realizaban los hijos de los encuestados. Llega a la conclusión de que la pantalla que prefieren los padres para sus hijos es la televisión y la que menos, los videojuegos. Sin embargo, la televisión es en la que más les preocupan los contenidos que puedan ver, seguida del Internet. Estas preferencias están muy sujetas al grado de conocimiento que los propios padres tienen de las pantallas.

Es importante ver cómo los padres hacen un acompañamiento a sus hijos frente a las pantallas, preocupándose por los contenidos a los que los niños están expuestos a recepcionar. La relación que tiene la investigación de Gabelas Borroso, con la trabajada en este proyecto, es que los niños están a la inmersa de adquirir contenidos que no son aptos para ellos, de tomar referencias, malos comportamientos y actitudes frente a sus padres, compañeros y amigos, de ciertos programas que cambian los pensamientos y las acciones de quienes lo recepcionan.

Otros autores que hacen continuar con la investigación, como lo son Rubiano Daza, Henry Argüello-Guzmán y Luis Alfonso, quienes realizaron un trabajo de investigación titulado, “Recepción televisiva de la audiencia infantil con características de desplazamiento forzado” (2010) con una metodología diseñada, inicialmente para una investigación de orden cuantitativo, cuando se presenta el tipo de recepción y posesión televisiva, y de orden cualitativo en lo referente a la descripción y explicación de la audiencia infantil, sobre la programación ofrecida. Se concluye que la violencia del lenguaje televisivo de los programas infantiles hace parte de la vivencia cotidiana de los niños y las niñas, lo cual crea una correlación de identificaciones y representaciones basadas en los personajes.

Los padres son permisivos frente al horario televisivo de sus hijos, ya que consideran que es mejor que vean televisión a que salgan a la calle a exponerse a la violencia sexual y a la drogadicción.

Esta investigación ofrece un amplio panorama de que los niños quieren vivir lo que ven en las pantallas televisivas, o simplemente se identifican con la programación que visualizan, lo que lleva a pensar que así es su vivencia cotidiana. Este proyecto da la primicia del porqué los padres prefieren que sus hijos permanezcan muchas horas frente a las pantallas televisivas, y da nuevos indicios para llegar a una conclusión.

El siguiente autor quien arroja información útil para esta investigación es Muñoz Guillermo, investigación titulado "Prácticas de recepción televisiva en estudiantes de enseñanza media de Punta Arenas". Trabajo que habla del reconocimiento del contexto hogareño como un espacio físico, idóneo y estable para ver televisión; y de la motivación de superar la rutina le otorga una significativa importancia a la escuela como institución social mediadora en la cotidianidad de los jóvenes: el "nada que hacer" muchas veces se traduce en cualquier actividad que no se vincule a la escuela. Reconocen en la infancia el período de mayor dedicación televisiva y a través de la comparación de los gustos infantiles actuales con las que ellos experimentaron durante esa etapa, afirman la influencia negativa que la televisión tiene sobre el comportamiento de los niños actuales.

Este trabajo da una idea sobre cómo los medios masivos de comunicación (televisión) pueden generar múltiples pensamientos, actitudes, comportamientos y la manera en que pueden ser influenciadas las personas, y partiendo en el contexto en que se encuentren.

Los autores Herrero Isidro Moreno y Serrano José Antonio en su trabajo investigativo “Las nuevas pantallas, un reto educativo” (2006) afirman que los jóvenes dedican, menos tiempo a ver televisión, ya que prefieren dedicarse a jugar con videoconsolas y a la Internet, llegan a la conclusión de que los medios como, la televisión, la internet y los videojuegos en general, no enseñan nada, pues sus gestores no suelen tener otro objetivo más allá del entretenimiento para concentrar audiencias. Pero también se argumentan que se aprende mucho de ellos, aunque sólo sea por la cantidad de horas que se les dedica, ya que son grandes transmisores de elementos de socialización como normas, conceptos y valores.

Esta investigación permite llegar a enfatizar si la televisión educa o si los receptores sólo la toman para entretenimiento, cuantas horas se dedica a ver televisión y cuáles son sus contenidos de preferencia.

También hubo un apoyo en otro estudio del autor José Antonio Gabelas Barroso, con su proyecto “Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en las Facultades de Educación” (2008). Donde hace referencia a que los padres son quienes eligen los contenidos que ven sus hijos en televisión. También en el caso del ordenador, afirman los padres que son quienes deciden los contenidos que sus hijos consumen delante de esta pantalla. Del porcentaje de los padres que deciden el consumo televisivo que ven sus hijos, la principal razón que argumentan para controlar lo que ven en televisión es debido a que hay contenidos dañinos que pueden perjudicarles. Al finalizar la investigación se concluye que la pantalla que prefieren los padres para sus hijos es la televisión, y la que menos, los videojuegos. Estas preferencias están muy sujetas al grado de conocimiento que los propios padres tienen de las pantallas. Es decir, si prefieren la televisión para sus hijos es porque conocen más este medio, lo consumen más, y saben qué programas y contenidos emiten. Sin embargo, con el ordenador, los

teléfonos móviles y los videojuegos, los padres se sienten más inseguros, con menos información y menos preparados, lo que les suscita desconfianza.

Esta investigación da la importancia que tiene el control de los padres frente a los contenidos que ven sus hijos, y ayuda a este proyecto porque con la aplicación de futuros instrumentos de recolección de información, podrá arrojar insumos para estudiar, el acompañamiento de los padres en la rutina de visualización televisiva de los adolescentes.

Francisco Martínez Sánchez en su Investigación “Televisión educativa: su eficacia y sus pretensiones” se cuestiona sobre si ¿existe realmente una televisión educativa o toda la televisión es educativa?, la televisión brinda información con programas netamente educativos y que esa es su razón de ser, teniendo en cuenta que esta también es entretenida. Se piensa como informativa desde el momento de su pre-producción hasta que es emitida y recibida por la audiencia.

La anterior investigación permite ver que la televisión no tiene solo la función de entretener sino de educar y formar, de diseñar unos programas educativos y de que hay unas franjas destinadas a los niños y otras a los adultos.

La autora María Corominas en su trabajo de investigación “Los estudios de la recepción” están ligados al análisis de la influencia, y en los últimos veinte años se ha convertido en uno de los sectores clave del desarrollo de las teorías de la comunicación. Hay que señalar también que los estudios culturales se han interesado cada vez más por la etnografía de las audiencias. Esto ha conducido a los estudios de

audiencia a ampliar la perspectiva y, con el fin de estudiar los procesos de entendimiento y de interpretación de los mensajes por parte de la audiencia, incorporar al lado del texto (novela, película, programa de televisión, etc.) y del receptor al contexto de recepción, entendido básicamente como contexto social en cuyo interior los mensajes adquieren sentido. Los estudios de audiencia, pues, tienen en cuenta a los contenidos y a la audiencia, pero enfatizan los contextos donde viven los receptores, porque son los que crean los marcos idóneos dentro de los cuales los mensajes adquirirán sentido. En esta línea, y teniendo en cuenta que un número significativo de estudios se han ocupado de la televisión, la familia se ha definido como contexto de recepción especialmente pertinente.

Esta investigación aporta para este trabajo, en la importancia que tienen los mensajes o lenguajes televisivos, de cómo el receptor o la audiencia percibe estos, y cómo los toman para su vida, también qué influencia tiene en su actitud, en su comportamiento y en su pensamiento.

La última autora seleccionada es, Johana Paola Lorduy Miranda en su investigación “Siéntate a ver TV”, la cual abarca la problemática sobre los hábitos de consumo televisivo, percepción de valores y rol familiar en niños entre 6 y 10 años que tienen servicio de TV por cable en la ciudad de Santa Marta. Como resultado se obtuvo que los niños de edades de 6 a 10 años tienen como hábito, ver TV después de responder a sus deberes y realizar sus actividades escolares. Sus hábitos de consumo se forman desde su etapa de desarrollo, y ver TV es una de sus actividades favoritas. Estos son televidentes activos, receptivos que utilizan la TV como referente, y como una fuente de aprendizaje.

La anterior investigación sirve a nuestro proyecto para exponer sobre la manera cómo los niños dividen su tiempo para ver programas televisivos, lo cual es relevante para que ellos puedan crear conciencia y pensamiento crítico, tomando responsabilidad frente a los contenidos que consumen. Ésta investigación ayuda con la recolección de la información, en una entrevista donde se espera encontrar datos sobre cuantas horas disponen para ver televisión, que ven y con quién ven los programas seleccionados, entre otras.

Teniendo en cuenta lo anterior se puede evidenciar que la recepción televisiva ha marcado una fuerte tendencia en cuanto al consumo de la misma, donde se da una causa y efecto por parte de las televidencias, de lo que se visiona y puede llegar a generar reacciones en la audiencia.

La importancia que tiene los padres a la hora de vigilar o controlar lo que sus hijos están visualizando y de qué manera influye estos contenidos en sus vidas. Estas investigaciones también brindan una importante contribución, ya que hablan de aspectos significativos para el proceso investigativo que se está abordando.



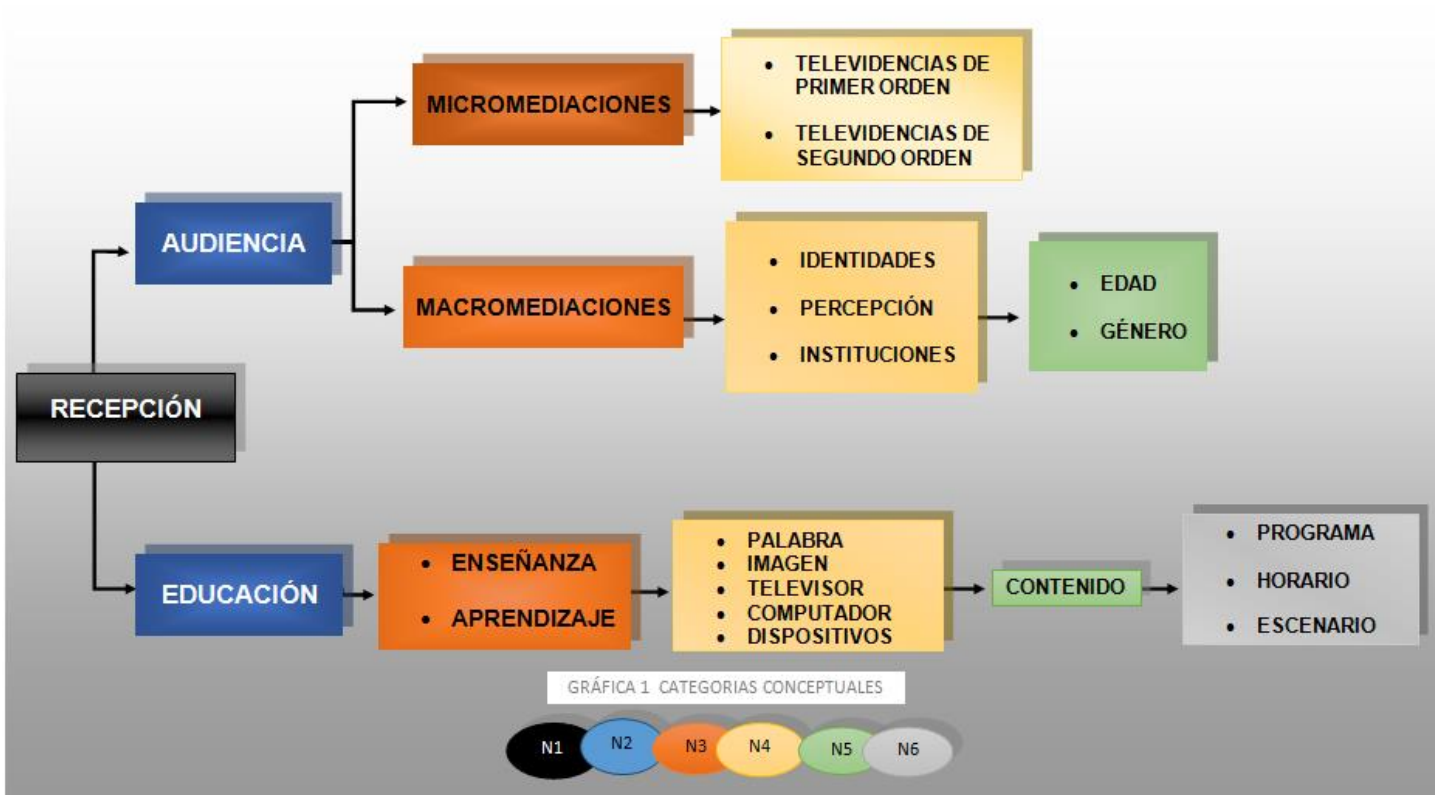
## MARCO TEÓRICO

El presente proyecto de investigación tiene como propósito reconocer los procesos de recepción de los contenidos televisivos en la televisión, por parte de jóvenes adolescentes cursantes de grado once (11º) de la institución educativa Carlota Sánchez, por tanto, se plantea como referente teórico al mexicano Guillermo Orozco Gómez, quien se enfoca en sus estudios sobre recepción de los medios y alfabetización audiovisual.

Con el propósito de llegar a una comprensión más integral de la interacción audiencias-televisión-educación, en este trabajo se parte de las mismas audiencias y se exploran sus procesos de ver televisión o procesos de «televidencia», las múltiples mediaciones de que son objeto y las diversas dimensiones televisivas involucradas.

Pensando en esto y en la pregunta a investigar, y esperando reconocer los procesos de recepción de los contenidos televisivos, a continuación se hace referencia a las categorías conceptuales: Recepción, audiencia y educación. Las cuales surgen a partir de la base teórica del texto *Televisión, audiencias y educación* del mismo autor.

A continuación se desarrolla un esquema donde se explican las categorías conceptuales:



El anterior esquema representa la categoría conceptual principal (NIVEL1) que es recepción y dos subcategorías (NIVEL2) fundamentales para el proceso investigativo y cuatro subcategorías para complementar. Todas organizadas en orden jerárquico.

## CATEGORIAS CONCEPTUALES

### RECEPCIÓN: interacción audiencia – pantalla

Para hablar de recepción se debe contar la con la concepción que tiene Orozco de ella:

“Recepción no puede entenderse como mero recibimiento, sino como una interacción, siempre mediada desde diversas fuentes y contextualizada material, cognitiva y emocionalmente, que se despliega a lo largo de un proceso complejo situado en varios escenarios y que incluye estrategias y negociaciones de los sujetos con el referente mediático de la que resultan apropiaciones variadas que van desde la mera reproducción hasta la resistencia y constatación.”<sup>7</sup>

Se entiende entonces la recepción como una interacción personal entre el sujeto y la pantalla, siendo esta última interventora en los procesos de apropiación de los mensajes televisivos. Se logra esta interacción en el momento en que el sujeto enciende su televisión, hace zapping en busca de su programación favorita y la contempla durante el tiempo de duración. Esta elección va influenciada por sus preferencias personales y por las influencias de lo que lo permea en su entorno como la familia, la cultura, la religión, las instituciones, etcétera.

Además de esto, Orozco re-significa la recepción televisiva como concepto, proponiendo el término de *televidencia*, de acuerdo al autor son contratos de videncia entre el sujeto y el medio; ya que en este término se complejiza aún más la interacción existente entre el sujeto y la pantalla.

---

<sup>7</sup> OROZCO GÓMEZ Guillermo, Televisión, Audiencia y Educación. 2.001. P.

Todo esto es aprovechado por los realizadores de programas televisivos para generar estímulos mediáticos para ganar la atención de las *televidencias*.

Logrando hacer de la pantalla la dueña del tiempo de las personas, poniéndolas en estado de estrés y desesperación al no poder cumplir con los horarios citados por el canal y la programación.

El proceso de recepción, el público o la audiencia, pueden involucrarse en gran medida con lo que está visualizando, ya sea de manera pasiva o activa, éste puede dejarse contagiar por lo que ve y no hacer un análisis, pero también puede ser crítico y determinar qué tan importante son esos contenidos para su vida, o qué enseñanza le está dejando. Pensando la televisión como un medio educativo se genera la categoría conceptual: educación.

### **EDUCACIÓN: relación educación – pantalla**

La educación está presente en todo y las pantallas no son ajenas a ello. La televisión como pantalla instituida en los hogares es participe en la formación de la audiencia, como un proceso para entender la recepción de contenidos televisivos en los sujetos objetos de estudio.

Por ello Orozco la define como:

“La presencia expansiva, incisiva y poliforme de la televisión en las sociedades latinoamericanas han introyectado una fuente de educación inédita. Esto, con o sin la

televisión o su programación contengan una intencionalidad educativa específica. Toda la televisión, todas las televisiones “educan” aunque no se lo propongan.”<sup>8</sup>

La educación compromete en gran medida a la tecnología, por lo tanto los medios de comunicación, como la televisión, brindan la posibilidad de difundir cualquier mensaje y de que este llegue a cualquier parte.

Si se habla entonces, que la televisión se hace más expansiva, las personas especialmente los niños y adolescentes, tienen más posibilidad y facilidad de acceder a ella, ya que en este siglo hay una gran proliferación de medios comunicativos, y con el avance tecnológico no es difícil entender su contenido.

La televisión tiene como función social, el conservar, reproducir valores y cultura, compartiendo la idea del pedagogo Mario Kaplún, quien plantea que "todo programa educa, sólo que -lo mismo que la escuela, lo mismo que el hogar- puede educar bien o mal" (Kaplún citado por Abrego, 2000). Es decir, la televisión es tan influyente en la vida de las personas, que puede generar pensamientos y actuaciones tanto positivas como negativas, los cuales repercuten en la vida de los sujetos.

### **AUDIENCIA: vínculo de interacción – pantallas**

Siendo la categoría conceptual de mayor énfasis en esta investigación, Orozco la plantea como:

---

<sup>8</sup> *Ibíd.* P. 63.

“...conjunto segmentando a partir de sus interacciones mediáticas de sujetos sociales, activos e interactivos, que no dejan de ser lo que son mientras entablan alguna relación siempre situada con el referente mediático, sea esta directa, indirecta o diferida.”<sup>9</sup> Es decir, las audiencias forman un vínculo de interacción con las pantallas, sea de manera individual o colectiva.

Pero también dice Orozco que sobre las audiencias se dice mucho pero se sabe poco. Hay un punto de vista desde el rating, como cifras y segmentos cualitativos en los que se divide la sociedad, desde los anunciantes como los potenciales consumidores de productos y servicios.

Y que para aproximarse a la audiencia se necesita segmentarla y para ello plantea criterios: segmentada por edades, definiendo la audiencia por niños, jóvenes y adultos. Por género sea masculino o femenino. De identidades sexuales, raciales, culturales, socioeconómicas, nacionalistas, religiosas, etc., que requieren de ser explicadas.<sup>10</sup>

Todas estas segmentaciones, criterios y hasta definiciones; dan a concluir que el término es inacabado y de alguna manera se nutre de las mediaciones según la necesidad del momento o el momento y lugar mismos.

---

<sup>9</sup> Ibídem P. 23.

<sup>10</sup> OROZCO GÓMEZ Guillermo Relaciones, aproximaciones y nuevos retos. Comunicación, educación y cultura. MORENO, Marisol. VILLEGAS, Esmeralda, (compiladoras) De Espectadores a interlocutores. P. 109. <https://books.google.com.co/books?id=fYnKBdXtiw4C&pg=PA105&lpg=PA105&dq=de+espectadores+a+interlocutores+guillermo+orozco&source=bl&ots=Yyom9mw5lg&sig=uKjWxFidODnp8Bv0T7tCocXDgv8&hl=es-419&sa=X&ei=rcYAU4mdL4ykkQfBIYHwAg&ved=0CD4Q6AEwAg#v=onepage&q=de%20espectadores%20a%20interlocutores%20guillermo%20orozco&f=false>

Al final,

“...las audiencias somos todos, con nuestras resistencias y complacencias a consumir lo ofertado en los medios,... somos sujetos capaces de tomar distancia de los medios y sus mensajes, pero también sujetos ansiosos de encontrar en ellos lo espectacular, lo novedoso, lo insólito, todo eso que nos emocione, nos estremezca, nos divierta y nos haga salir, aunque sea por momentos, de nuestra rutina y existencia cotidiana.”<sup>11</sup>

Pero las mediaciones son objeto importante para llegar a una definición más exacta para la actual investigación, y Orozco las concreta en dos categorías, nombradas: micromediaciones y macromediaciones. En el orden de la gráfica 1. Categorías conceptuales.

## **MICROMEDIACIONES**

Argumenta Orozco en su texto *Televisión, Audiencia y Educación*, al hablar de Micromediaciones, que cada televidente concretiza estrategias televisivas inspiradas en lo que le es característico en lo individual, para luego conformar comunidades de interpretación de los diferentes televisivos, así mismo generar un proceso de aprendizaje, y crear grupos de discusión de temas en interés. Por lo tanto la televidencia por más individualizada que pueda parecer, es un proceso altamente culturizado, en tanto que la interlocución experimente y califique lo vivido.

---

<sup>11</sup> OROZCO GÓMEZ Guillermo, *Medios, Audiencias y Mediaciones*. 1997. P. 27.

Las micromediaciones reconfiguran el visionado de sujeto, ya que contextualizan lo visto convirtiéndolo en insumos para sus procesos cotidianos de comunicación, construcción de sentido, etc.

Este proceso de televidencia del sujeto es dividido por Orozco en dos tipos de televidencias: Las televidencias de primer orden y las televidencias de segundo orden.

Las televidencias de primer orden:

Este tipo de televidencia surge mientras la audiencia y el proceso de videncia se originan en la interacción con la pantalla (programas televisivos) y se decodifica el mensaje de acuerdo a unas características psicológicas y a un nivel cultural particular del sujeto que asume una videncia. Los sujetos en esta instancia pueden llegar a apropiarse o a resistir diversos programas televisivos, con o sin intervención de otros sujetos. Aquí aparece lo que se podría denominar como una videncia primaria, puesto que implica un proceso inicial, resultante de ritualidades televisivas y de decisiones previas que se han podido tomar antes de estar frente al televisor, como lo defiende Orozco<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> OROZCO GÓMEZ Guillermo, Televisión, Audiencia y Educación. 2.001. P.42



Se llevan a cabo frente al televisor, donde se realiza la televidencia directa y primaria de las audiencias, donde la televisión puede ejercer una mediación en las actividades y gestiones de las audiencias.

Las televidencias de segundo orden:

Las televidencias de segundo orden no se supeditan sólo a la pantalla, van más allá y quizá por estas características adquieren un rotulo relevante. Se empiezan a gestar después de haber visto algún referente televisivo (programa) y haberse llevado a otros contextos, escenarios y con otros sujetos: “ocurre un contacto que no es directo ni físico (audiovisual) con la imagen y el relato televisivo, sino “resonante.”<sup>13</sup>

Las televidencias de segundo orden van más allá de tener un televisor frente a la audiencia, son de apropiación, de crítica, donde se construye, se reconstruyen nuevos escenarios de conocimiento, lo que normalmente llamamos un sujeto más activo frente a cualquier contenido televisivo. Cuando existe una relación entre sujeto-audiencia con el referente televisivo, se puede dar este tipo de televidencia en cualquier escenario no importa que sea de manera directa o indirecta.

Ambas televidencias van moldeando la manera en cómo se reciben los mensajes televisivos.

---

<sup>13</sup> Ibídem P.45

## **MACROMEDIACIONES**

Continúa argumentado Orozco en su texto *Televisión, Audiencia y Educación*, que las macromediaciones, por otra parte hacen inferencia a la identidad de los sujetos, tanto en lo individual como en lo colectivo por medio de los procesos de televidencia. Particularmente son construidas por lo audiovisual-mediático, es decir por los contenidos televisivos, las percepciones de las audiencias donde se pone en juego lo visual y lo auditivo, lo sensorial, lo simbólico, lo estético, lo emocional y lo racional donde van formando un proceso cognoscitivo-afectivo-significante, donde el receptor es un fiel absorbente de las pantallas televisivas.

Las macromediaciones implican que no hay televidencias puras, sino que hay mediaciones que ayudan al intercambio de las audiencias con la televisión, como lo son, según Orozco:

### **IDENTIDAD E IDENTIDADES:**

[...] las identidades contemporáneas, particularmente reconstituidas a partir de lo audiovisual – mediático, son cada vez menos esencialistas y más aglutinadoras o amalgamadoras.<sup>14</sup>

Esta característica refleja algunas de las identidades que tienen las audiencias en el momento de enfrentarse durante y después del acto televisivo. Estas identidades se

---

<sup>14</sup> *Ibídem* P. 46

pueden reafirmar, reconvertir y/o reconfigurar a partir de todo lo mediático, tanto individual como colectivo.

## **PERCEPCIÓN Y PERCEPCIONES:**

Otra de las mediaciones mayores es la que se realiza vía la percepción en tanto la actividad y proceso múltiple y titilante frente a los referentes televisivos. Lo visual y lo auditivo, lo sensorial, lo simbólico, lo estético, lo emocional y lo racional se ponen en juego conformando un proceso *cognoscitivo-afectivo-significante*.<sup>15</sup>

Estas percepciones son elementos de múltiples interacciones entre los referentes televisivos, ya que estos son susceptibles a diversas interpretaciones y percepciones. La audiencia de esta manera, va definiendo a su modo particular que sentido le da a la programación que consume.

## **INSTITUCIONES E INSTITUCIONALIDADES:**

La transformación paulatina de los parámetros de lo que es relevante saber, de lo que se asume como divertido, peligroso, amenazante, seductor, importante o banal, o de lo que constituye noticia o de lo que es educativo, sustancian esta mediación institucional televisiva, que cada vez más se enfoca en el espectáculo como propuesta de consumo.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Ibídem P. 48

<sup>16</sup> Ibídem P. 51

La televisión como institución social ofrece variedad de mediaciones, configuración de lo que debe ser relevante en el ámbito educativo, informativo, cultural y lúdico. La visión empresarial es la difusión del mercado, mediante la programación que se transmite, ya que su finalidad es exclusivamente la de aumentar el consumo y el rating.

Todo lo anterior revela algo importante frente a las mediaciones y las televidencias, y es que se transversalizan en todo tipo de escenario donde el sujeto este ubicado, haciendo evidente que sin importar donde este se encuentre habrá proceso individual que estará permeado por diferentes referentes sociales en un intercambio social.

Por esto, para que la televisión eduque, como lo dice el autor, es importante y más que eso, es necesario indagar qué es lo que desean los sujetos audiencia frente a la pantalla. Por eso el estudio de está, se convierte en el tema principal de este proyecto de investigación, buscando características que puedan ser útiles para la formación de los adolescentes, en su forma narrativa y en los mensajes que suministra el medio. Sabiendo que la televisión está y estará instituida en los hogares (y ahora en los bolsillos), y que su contenido no va a cambiar, son las mentalidades de los sujetos las que deben ser críticas al momento de elegir su programación; no satanizando la televisión y sus contenidos, por el contrario, buscando como recuperar a las audiencias centradas en una cultura crítica en lo visual y en el consumo de contenidos televisivos, para ello se necesita de un esfuerzo de pedagogía de la televidencia, puesto que es necesario que los sujetos aprendan a ver y a telever, lo que sería igual que aprender a pensar.

## OBJETIVO GENERAL

## LOS OBJETIVOS

Analizar el proceso de recepción de contenidos televisivos de los estudiantes de grado once (11°) de la institución educativa Carlota Sánchez, a partir de la visualización de la programación nacional e internacional.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Establecer la manera en que apropian los jóvenes los contenidos televisivos de los programas que seleccionan.

Identificar los contenidos televisivos que ven los adolescentes de grado once (11°) de la institución educativa Carlota Sánchez.

Especificar los criterios para la selección de los programas que visualizan los adolescentes del grado once (11°) de la institución educativa Carlota Sánchez.

Gráfica 1.2 Objetivos



**II**  
**CAPÍTULO**

## CAPITULO II: RECONOCIENDO AUDIENCIAS

### METODOLOGÍA

#### **Enfoque metodológico: procesos televisivos**

Este proyecto de investigación, recepción de contenidos televisivos en adolescentes de la institución educativa Carlota Sánchez del grado once (11), se ubica en el paradigma de investigación cualitativa, ya que busca indagar sobre un fenómeno de recepción, que analiza los datos descriptivos, en los cuales los adolescentes (referente empírico) se ven influenciados, y además por el objeto de estudio del área de pensamiento en el mencionado colegio.

Los adolescentes con el paso del tiempo van tomando identidad, comportamientos observables y posturas que se ven reflejadas diariamente. Este análisis fue leído con el método de *Protocolo de análisis / síntesis de información cualitativa*, realizado por: grupo de investigación en comunicación educativa. (Dra. Olga Lucía Bedoya, Dra. Eugenia Valencia, Mg. Yhon Jairo Acosta, Mg. Julián David Vélez Carvajal).

La investigación cualitativa ayuda a la recolección de información y características claves de este proyecto investigativo, posibilitando así un análisis más detallado, con ayuda de instrumentos de recolección: la entrevista y ficha de análisis, en el hallazgo de datos significativos. Esta investigación requirió de un acercamiento con la población objeto de estudio, mediante la observación e interacción, para así tener en cuenta aspectos culturales, percepciones, opiniones y gustos de los sujetos estudiados. Es por

esto que esta investigación está ubicada en el paradigma cualitativo es decir en el modelo de la cualidad, ya que comprende las conductas de los estudiantes, pretendiendo conocer como desde lo individual se da el proceso de recepción.

Fue indispensable para esta investigación hacer referencia al enfoque hermenéutico o comprensivo, ya que fue necesario comprender e interpretar los significados que surgen de las relaciones de los estudiantes a partir de su interacción con la televisión. Para dar respuesta a la pregunta planteada en este proyecto, (*¿cómo es el proceso de recepción de contenidos televisivos en canales nacionales e internacionales en adolescentes del grado once de la institución educativa Carlota Sánchez?*) fue preciso hacer un estudio profundo con los instrumentos de recolección de información como lo fueron la entrevista y la ficha de análisis.

### **Fases del proceso de investigación**

El proceso de investigación que se llevó a cabo, contó con tres objetivos específicos que serán la guía para hallar respuesta a la pregunta de investigación.

Para alcanzar nuestro primer objetivo (*Identificar los contenidos televisivos que ven los adolescentes de grado 11 de la institución educativa Carlota Sánchez*) es necesario usar como método de recolección de información la entrevista, esta fue diseñada con 32 preguntas abiertas y cerradas, de manera que los adolescentes lograron no solo identificar aspecto importantes del proceso televisivo, sino que aportaron datos significativos para esta investigación.

Ejemplo



*Canal de televisión nacional que visualiza los fines de semana en el horario de 7:00 am y 12:00 m.*

*RCN*

*CARACOL*

*CITYTV*

*SEÑALCOLOMBIA*

*TELEPACIFICO*

*OTRO \_\_\_\_\_ cuál \_\_\_\_\_*

Es posible que el estudiante dé la opción “*otro*”, proponiendo un canal que no se encuentre en la lista. Como uno universitario o comunitario.

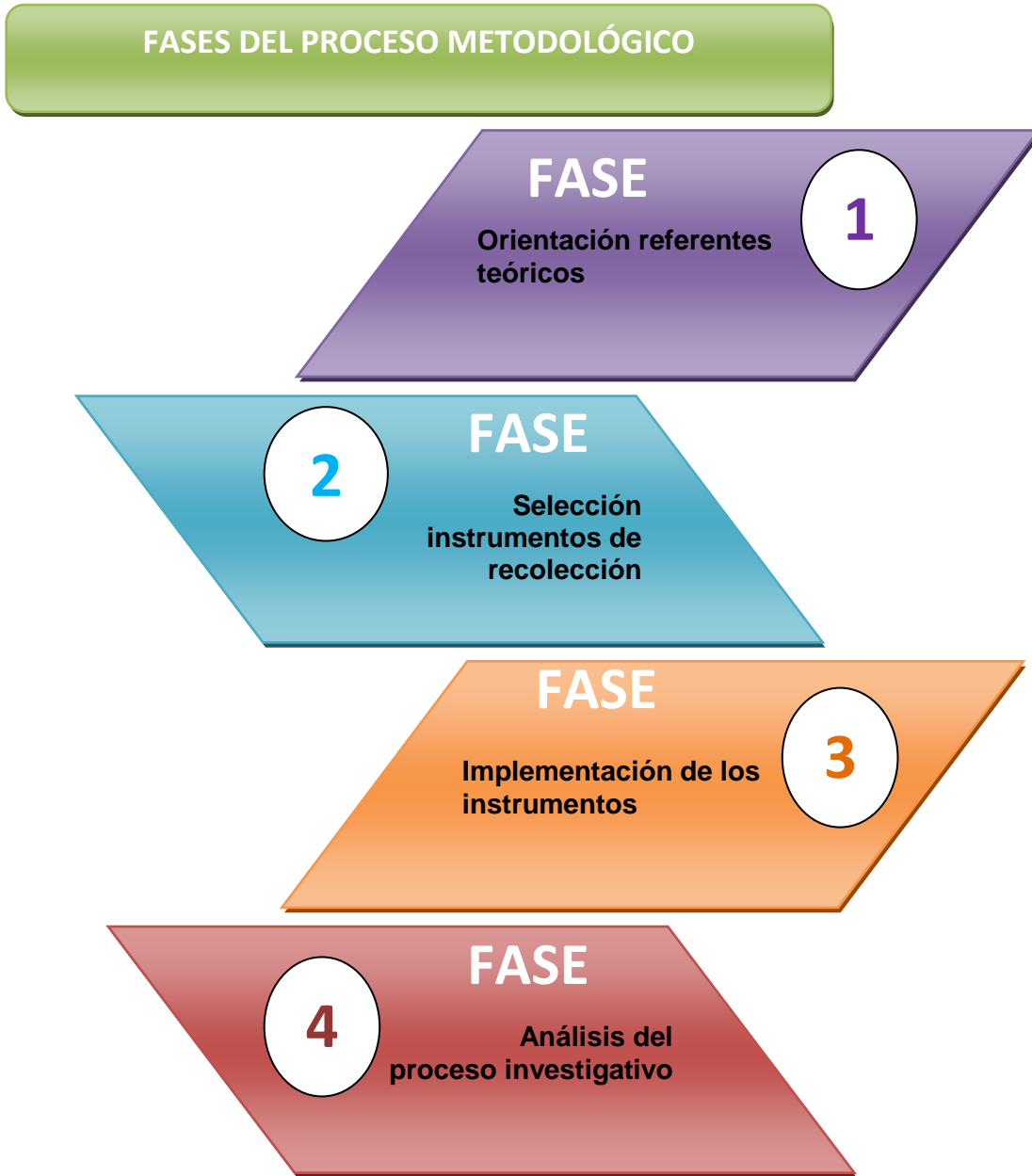
Se deben identificar los contenidos que ellos ven, pero es necesario que ellos nos digan cuáles son y con la encuesta se da una evidencia de sus respuestas y se aprovecha para indagar en otros contenidos que posiblemente no se están teniendo en cuenta.

Para lograr alcanzar el segundo objetivo, (*Especificar los Criterios para la selección de los programas que visualizan los adolescentes del grado 11° de la institución educativa Carlota Sánchez*) fue necesario usar como método de recolección de información algunas preguntas de la entrevista y la ficha de análisis. Para conocer los criterios que tuvieron los adolescentes al momento de responder.

La aproximación con los estudiantes fue inspirando confianza, de manera que ellos mostraron actitud participativa logrando interacción entre todos, dando paso a una discusión colectiva y a la aplicación de los instrumentos, logrando alcanzar el tercer objetivo (*Establecer la manera en que apropian los jóvenes los contenidos televisivos de los programas que seleccionan*).

Con el buen uso de los instrumentos de recolección se pudo adquirir la información para desarrollar este trabajo de investigación, a continuación se pueden evidenciar las fases que se tuvieron en cuenta:

### **Fases proceso metodológico**



GRÁFICA 2.1 Fases proceso metodológico

**FASE 1:** Orientación referentes teóricos, en esta fase se orientó la investigación, teniendo formulada la pregunta de investigación, los objetivos y el marco teórico, que nacieron de la teoría de Guillermo Orozco y del interés de trabajar el tema de la recepción televisiva en jóvenes.

**FASE 2:** Selección instrumentos de recolección, en esta etapa se crearon los instrumentos de recolección de datos, para la indagación sobre los procesos de recepción que están inmersos en la pregunta a investigar; fue importante desarrollar la relación con el tipo de investigación cualitativa; los instrumentos debieron ser diseñados pensando en las capacidades de los estudiantes.

**FASE 3:** Implementación de los instrumentos, para esta fase se aplicaron los instrumentos a la población estudiada, para la cual se utilizó como referente el formulario de entrevista estándar de Guillermo Orozco, con algunas modificaciones, que se adaptaran al grupo poblacional a estudiar, la información personal dentro del formulario fue vital, para tener en cuenta la edad y nivel de escolaridad.

**FASE 4:** Análisis del proceso investigativo, la importancia de esta fase es alta, porque se sistematizó la información recolectada pensando en que tuviera relación con las categorías conceptuales planteadas en el marco teórico.

## **FUENTES DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Las fuentes que se utilizaron fueron de tipo primario, porque se trabajó con sujetos de la institución educativa Carlota Sánchez de la ciudad de Pereira, con una población específica, definida en edad (14 a 18 años), grado (11°) y género (hombres 10 y mujeres 7). Y como fuente secundaria se tuvo en cuenta un instrumento como base que pertenece al autor Guillermo Orozco (formato entrevista estándar).

La población estudiada fue variada en lo que se refiere al contexto social, cultural, económico y educativo, puesto que todos pertenecen a estratos sociales entre los niveles bajo-bajo y alto, y sus posibilidades tanto educativas como económicas son variadas, el hecho de que sea una población variada no cambia el objeto de estudio.

La relación de las audiencias - pantallas son el objetivo primordial a estudiar, se pretende detallar el estudio de la recepción televisiva, logrando comprender y describir los procesos, mediaciones y valoraciones que le da la audiencia a los contenidos.

### **Instrumentos de recolección de la información**

Se utilizó como instrumento principal, la entrevista y la ficha de análisis, debido a las diferentes interacciones que exigía el proceso de investigación con los estudiantes del plantel educativo. Cada uno de los cuales se aplicaron en momentos diferentes, en este sentido se expone el diseño, adaptación e implementación de los instrumentos.

### **Diseño: formulario de entrevista semi estructurada**

Este formulario no fue creado directamente por las investigadoras, sino que fue tomado de la metodología sobre observatorio de televisión de Guillermo Orozco diseñado para el estudio de la recepción desde la teoría de las micro y macro mediaciones, la cual ya está estructurada. Se le realizaron algunas adecuaciones pensadas en la población objeto de estudio y en alcanzar los objetivos propuestos en este proyecto.

Las adecuaciones dejan una entrevista, que consta 32 de preguntas abiertas y cerradas, que apuntan a obtener información detallada sobre el proceso de recepción televisiva.

La decisión de tomar esta entrevista fue pensando en la pertinencia que este formulario ha tenido en otros procesos que buscan lo mismo, analizar la construcción de audiencias. (Ver en anexos formulario completo)

### **Diseño: ficha de análisis**

La ficha de análisis se compone de dos cuadros, uno de ellos exclusivamente para trabajar el análisis semiótico y simbólico del dibujo, para estudiar sus maneras de ver televisión, y el otro para conocer los criterios que tienen en cuenta para elegir los programas que consumen. A continuación se presentan dos ejemplos de cada cuadro. (Ver en anexos ficha completa).

PLANTILLA DE ANÁLISIS DE IMÁGENES	
Investigadas: Eliana Catalina Arias, Yuli Andrea Bueno Hincapié, Leidy Johanna Cardona Echeverry.	Número de la Ficha: 10
Grupo: 11-01	Lugar: Institución Educativa Carlota Sánchez
Tipo de Imagen: Dibujo	Autor : Luisa Fernanda Serna Zapata
<p>Imagen:</p>	
<p>Descripción General de Imagen:</p> <p>En la imagen muestra a un hombre de pie, con el control en la mano apuntando hacia el televisor, en su rostro se evidencia satisfacción por lo que visualiza.</p>	
<p>Aspectos (Índices) que se relacionan con la pregunta de investigación o los objetivos que se plantean:</p> <p>Aquí se puede observar que el estudiante se inclina por la programación del canal DISCOVERY, se puede deducir que le gustan los programas tipo</p>	

documental, expresado en la realidad.

Tabla 2.1 ejemplo ficha de análisis

PLANTILLA DE ANÁLISIS DE IMÁGENES	
Investigadas: Eliana Catalina Arias, Yuli Andrea Bueno Hincapié, Leidy Johanna Cardona Echeverry.	Número de la Ficha: 8
Grupo: 11-01	Lugar: Institución Educativa Carlota Sánchez
Tipo de Imagen: Criterio	Autor : María Fernanda Ceballos Ramírez

¿Qué criterios tiene en cuenta para elegir la televisión que ve?

Programas educativos  
que realmente nos  
enseñen algo,  
programas por los  
cuales pueda  
obtener información.

Tabla 2.2 ejemplo pregunta 33 criterios



**Fase de preparación**

Espacio: Institución Educativa Carlota Sánchez.

Tiempo: Dos sesiones, de dos horas cada una.

**Implementación: Entrevista**

Para la aplicación de la entrevista inicialmente se eligió estudiantes del último grado (11°), entre edades 14 a 18 años, de la institución Carlota Sánchez de la ciudad de Pereira, para los cuales el instrumento fue aplicado. El instrumento se aplicó bajo el permiso del coordinador de la institución antes mencionada. La entrevista se realizó con dos visitas, empleando actividades rompe hielo para entrar en confianza con la población a estudiar, luego se explicó detalladamente el instrumento.

**Implementación: Ficha de análisis**

Para la aplicación de la ficha técnica se tuvo en cuenta los conocimientos previos y aportes que tenían los estudiantes sobre la televisión, luego se da instrucciones para el desarrollo de esta, cada estudiante tuvo la libertad de expresar mediante una representación gráfica como visualizaban los programas en su hogar, también se les pedía escribir los criterios que tenían en cuenta para elegir la televisión que ven.

## **INCONVENIENTES**

### **Inconvenientes en la fase de aplicación: Entrevista**

En el momento de la aplicación de la entrevista, se encontró con un inconveniente en la numeración de las preguntas; la número 7 pasa a la pregunta número 9, saltándose a la número 8. Siendo identificado por los estudiantes en el proceso de análisis.

### **Inconvenientes en la fase de aplicación: Ficha de análisis**

Dentro de la estructura se plantearon dos cuadros para que fueran resueltos, pero uno de los cuadros se convirtió en la pregunta número 33 de la entrevista, debido al tipo de respuestas que se obtuvieron.

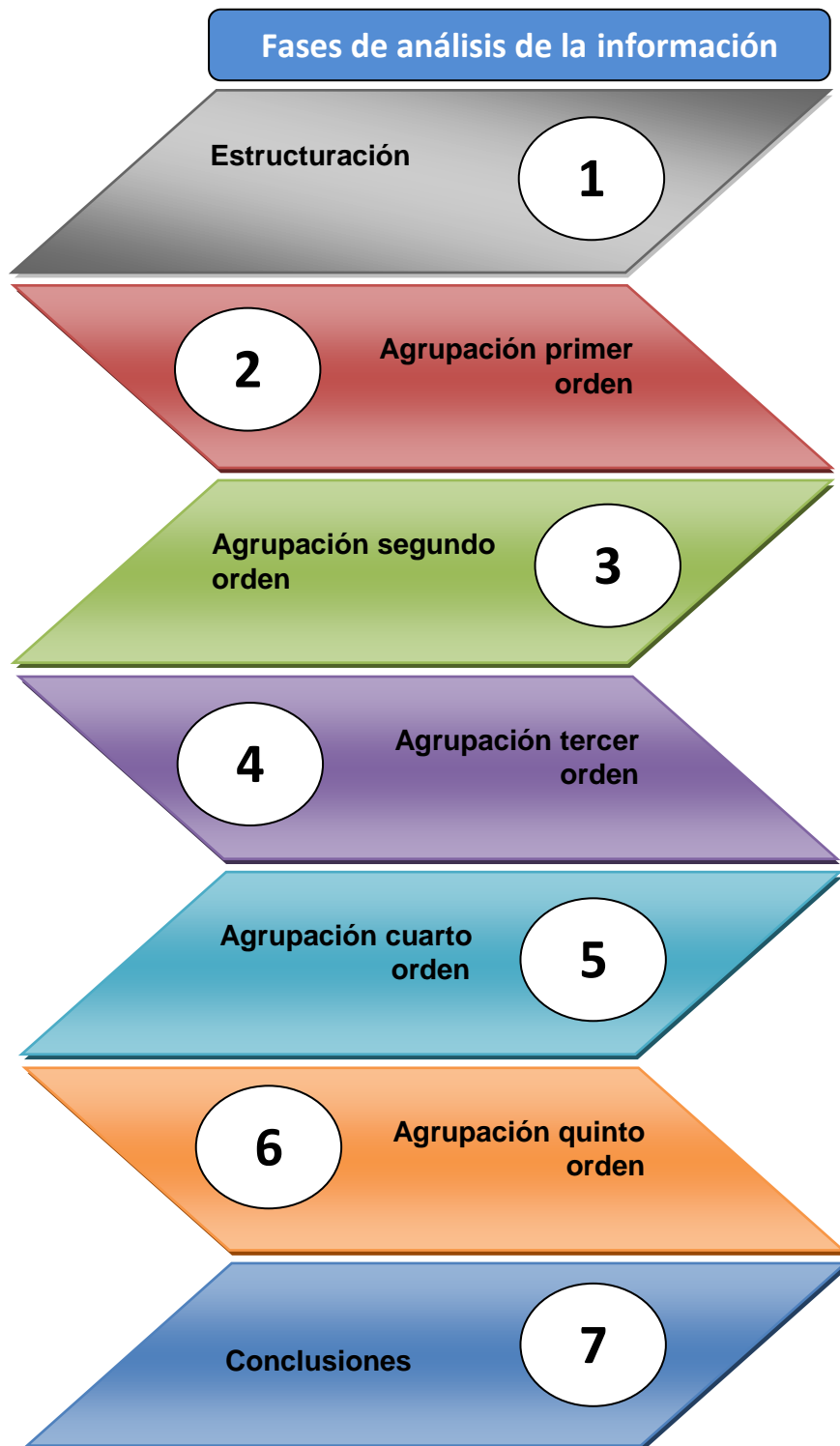
## **TÉCNICA DE ANÁLISIS**

En primer lugar con los datos que arrojan los instrumentos de recolección de la información y la observación, se procedió a hacer una categorización a los elementos más significativos que se hallan en esta, para poder así mismo dar una interpretación al proceso de recepción de los adolescentes del grado 11. Y responder a la pregunta planteada.

A continuación, se mencionan los pasos que se siguieron para llegar a la interpretación y el análisis del proceso de recepción de los estudiantes del grado 11°:

### **Procesos de análisis y síntesis de la información**

Se tuvieron en cuenta las siguientes fases, que permitieron conformar los resultados.



Gráfica 2.2 fases de análisis de la información

**FASE 1: ESTRUCTURACIÓN**, al tener los instrumentos desarrollados se procedió a analizarlos. En cuanto a la ficha de análisis, se realizó una lectura denotativa de la representación gráfica que se encuentra en el primer cuadro. De la entrevista, se tomaron todas las preguntas y se llevaron a gráficas y tablas, para analizar de forma cómoda, detallada y organizada la información. Estas gráficas y tablas fueron el punto inicial de las agrupaciones.

**FASE 2: AGRUPACIÓN DE PRIMER ORDEN**, en esta parte del proceso fue tomada la entrevista con sus 32 preguntas y la pregunta situada en el segundo cuadro de la ficha de análisis la cual se identificó con el número 33. Se inició por escribir las palabras que tenían que ver con las categorías conceptuales, poniendo cada una de ellas en una tabla, que constó de columnas y filas con ítem según la pregunta, y codificando cada entrevista con números ascendentes desde 01 al 17, las palabras o frases más significativas en las respuestas y que pertenecían al mismo tema, se agruparon pintándolas con el mismo color, y así se repitió la dinámica hasta minimizar los conceptos. A estas tablas se les realizó su respectiva gráfica.

Estas tablas fueron exclusivas de las preguntas abiertas. A continuación se consigna un ejemplo de la tabla.

Tabla 14, pregunta 12 ¿Por qué ves televisión?

Cod.	Por qué ves televisión
01	Porque me gusta.
02	
03	Porque quiero conocer sobre algo, quiero estar informada.

04	
05	A veces como medio desestresanteo entretenimiento.
06	Para aprender programas educativos.
07	Veo tv porque en algunos programas me ayudan a comprender y a mejorar el cuestionamiento crítico.
08	A veces porque estoy aburrída, porque me doy cuenta que habrá algún programa interesante.
09	Porque es mi medio de entretenimiento.
10	Porque me divierte.
11	Porque me parece divertido.
12	Porque me entretiene ☺
13	Para distraerme y conocer otros programas importantes e interesantes para aprender.
14	Por distracción.
15	A veces dan cosas interesantes y por los canales de deportes.
16	Porque muchas veces hay programas educativos y cuando estoy cansada solo para entretenerme.
17	Porque a veces estoy muy aburrído y me entretengo con la tv.

Tabla 2.3 pregunta 12 ¿Por qué ves televisión?



Gráfica 2.3 ejemplo pregunta 12 no me gusta



- Gráfica 2.4 ejemplo pregunta 12 me gusta

Las preguntas que fueron categorizadas como cerradas en la entrevista, se les realizó una gráfica para segmentar la información. A continuación se presenta un ejemplo.

Gráfica 6, pregunta 3 (¿cuántos televisores hay en tu casa?)



Gráfica 2.5 ejemplo pregunta 3

**FASE 3: AGRUPACIÓN DE SEGUNDO ORDEN**, esta agrupación es resultado del paso realizado en la agrupación anteriormente descrita, se contaron el número de veces que se repitió la palabra, no necesariamente que fuera la misma, sino teniendo en cuenta la similitud en el significado, este valor se puso en una tabla con su respectiva palabra.

A continuación se presenta un ejemplo:



Tabla de la pregunta 12

AGRUPACION SEGUNDO ORDEN PREGUNTA 12	
Término	Cantidad
Me gusta	1
Conocer sobre algo	2
Estar informada	1
Desestrezante	1
Entretenimiento	5
Aprender	2
Comprender	2
Distracción	4
Interesantes	2
Diversión	2
Deportes	1

Tabla 2.4 ejemplo agrupación 2do orden

La justificación por la cual los estudiantes ven la televisión, es porque en ella encuentran entretenimiento y distracción para ocupar el tiempo libre o pasar sus momentos de ocio, es en estos instantes donde la tv entra a jugar un papel importante, y es el de acompañante.

Los tópicos como comprender, aprender y conocer sobre algo que transmite la televisión, pasan a un segundo plano según los encuestados. Lo que evidencia que buscan con más anhelo momentos de dispersión.

**FASE 4: AGRUPACIÓN DE TERCER ORDEN**, con las palabras arrojadas en la agrupación anterior, se hizo una relación directa que conectara con las categorías de la investigación. Se agruparon en un término que tenía relación con todas las palabras numeradas en el segundo orden y se sumaron.

A continuación se presenta un ejemplo:

Tabla de la pregunta 12

Agrupación de Tercer Orden pregunta 12	
Término	Cantidad
Me gusta (1) + interesante (2)	3
Conocer sobre algo (2) + estar informada (1)	3
Desestresante (1) + entretenimiento (5) + distracción (4) + diversión (2)	12
Aprender (2) + comprender (2)	4
Deportes (1)	1

Tabla 2.5 ejemplo agrupación 3er orden

El entretenimiento se confirma como lo primordial para visionar en las pantallas, según lo dicho por los estudiantes en la justificación de por qué ven televisión.

La televisión es un espacio donde se otorga la comunicación, que permite estimular diversas operaciones mentales, como dice Guillermo Orozco los televidentes negocian los contenidos que manda la televisión, porque son capaces de interpretarlos conforme a sus gustos, creando su propio significado aprobando o rechazando lo que la televisión ofrece.

**FASE 5: AGRUPACIÓN DE CUARTO ORDEN**, en este punto, fue necesario nombrar las agrupaciones teniendo en cuenta el marco teórico, de tal forma que estos grupos tuvieran los términos ya asociados en anteriores fases, pero que también tuvieran coherencia con sus categorías y la investigación.

A continuación se consignan las nominaciones que resultaron en esta etapa:

- **Rutinas**

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 2 QUÉ LES GUSTA DE LA TV		
Nombres	Término	Cantidad
Entretenimiento	Entretenimiento - deportivos - películas	10
Educación	Educativo - informativos	14

Tabla 2.6 ejemplo agrupación 4to orden

Nombres	Término	Cantidad
Comercial	Manipulación - no educan - amarillismo	9
Géneros televisivos	Informativos - novelas - películas - infantiles	4

Tabla 2.7 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 15		
Nombres	Término	Cantidad
Canales nacionales	Señal Colombia - Caracol	3
Canales internacionales	Discovery - TNT - ESPN	21
No hay respuesta	No responde	6

Tabla 2.8 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 17		
Nombres	Término	Cantidad
Canales favoritos	Discovery - TNT -MTV - ESPN	17
No aplica	No tengo	1
No hay respuesta	No responde	2

Tabla 2.9 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 18		
Nombres	Término	Cantidad
Programas series	El universo + Disney Planet (1) + los simpsons (2) + películas (1)	9
Programas futbol	Futbol	2
No hay respuesta	No responde	2
No aplica	No tengo	1

Tabla 2.10 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 19		
Nombres	Término	Cantidad
Animados	Homero Simpsons	1
Actores	Morgan Freeman	1
Deportistas	Cristiano y Messi	1
Ninguno	Ninguno	6
No hay respuesta	No responde	6

Tabla 2.11 ejemplo agrupación 4to orden

De acuerdo a las micromediaciones de Orozco, se pueden distinguir particulares estrategias televisivas, es decir, el tipo de programación favorita, canal favorito, el

personaje de preferencia y/o los gustos de los estudiantes, tienen relación, al ser un proceso de videncia, resultado de las rutinas diarias que viven los estudiantes del colegio Carlota Sánchez, evidenciado en las gráficas anteriores. Según Orozco, las rutinas se van desarrollando de acuerdo a características psicológicas y a un nivel cultural particular de los sujetos, dándoles argumentos para visualizar programas particulares, apropiándose de lo que visionan, o rechazándolo para construir parte de su identidad para lograr objetivos educativos y/o informativos.

De acuerdo con Orozco cuando se refiere a la forma en que los estudiantes se relacionan con la televisión y de cómo esta habla de cómo aprendieron a consumirla, para cambiar las rutinas y prácticas se requieren de un proceso educativo capaz de hacer conscientes esas rutinas para cambiarlas por prácticas críticas y activas.

- **Criterios de consumo**

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 12		
Nombres	Término	Cantidad
Elección televisiva	Interesante - aprender - comprender	10
Diversión	Desestrezante - entretenimiento - deportes	13

Tabla 2.12 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 33		
Nombres	Término	Cantidad
Criterios educativos	Educativos - información	18
Criterios de contenido	Divertido - entretiene - poco atrayente - real -irreal	5
Criterios según el canal	Canal	1
Ninguna	Ninguno	1
No hay respuesta	No responde	1

Tabla 2.13 ejemplo agrupación 4to orden

Los criterios que los estudiantes eligen para visionar la programación que brinda la televisión, están enfocados en que sean de formato educativo y entretenido.

Los estudiantes demuestran en los resultados de la entrevista, una posición crítica respecto a los mensajes y contenidos que las pantallas ofrecen.

- **Gratificaciones**

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 21		
Nombres	Término	Cantidad
Emociones	Ansiedad - emoción	7
Aprendizaje	Aprendizaje - Depende lo que vea	3

Ninguna	Ninguna	5
No hay respuesta	No responde	2

Tabla 2.14 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 22		
Nombres	Término	Cantidad
Estímulos de la televisión	Preguntas - convencimiento - manipulación - aprendizaje - depende del canal	10
Ninguno	Ninguno	3
Nada	Nada	1
No hay respuesta	No responde	4

Tabla 2.15 ejemplo agrupación 4to orden

Las emociones y los estímulos de los estudiantes, en esta agrupación son diversos y contienen un alto peso sentimental. Citando a Orozco, dice que el consumo que se tiene frente a la televisión es simbólico, porque con base a los gustos, preferencias o selecciones se es capaz de asignar cierto valor sentimental o emocional a lo que vemos; a la par también se puede criticar y rechazar las propuestas, ideas, informaciones o valores que son contrarias a las formas de pensar o sentir de los estudiantes. Estas emociones son particulares de cada ser, según lo que lo permea.



La televisión brinda amplias posibilidades de opciones de aprendizaje, que permiten los procesos formativos dentro y fuera del aula, no se puede satanizar las pantallas ya que estas emergen cada día y deben ser aprovechadas.

- **Lugares de videncia**

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 10		
Nombres	Términos	Cantidad
Tiene tv	Si	9
No tiene tv	No	7

Tabla 2.16 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 11		
Nombres	Términos	Cantidad
Lugares de videncia	Habitación - sala	15

Tabla 2.17 ejemplo agrupación 4to orden

Siendo el hogar el lugar primordial para ver televisión es donde se hace el sujeto televidente, su papel es tan importante que pasó de estar sólo en la sala, a ocupar diferentes espacios. Las habitaciones son los lugares más íntimos de los estudiantes, en estas ellos tienen la autonomía de seleccionar sus programas según sus gustos o su estado de ánimo, sin las menores interrupciones posibles.

- **Mediadores**

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 20		
Nombres	Término	Cantidad
Imitación televisiva	Sus conocimientos	3
	Mensaje	
	Su manera de jugar	
Nada	Nada	8
No hay respuesta	No responde	4

Tabla 2.18 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 24		
Nombres	Término	Cantidad
Mediadores	Docentes - familiares - yo - amigos - todos	12
Medios alternos	Internet	2
Nadie	Nadie	2
No hay respuesta	No responde	2
Nada	Nada	1

Tabla 2.19 ejemplo agrupación 4to orden

Las gráficas muestran cómo se sostiene el ideal de aprender frente a la televisión, queriendo imitar aspectos positivos de sus personajes favoritos, pero no es de mucho peso quererse parecer a ellos, puesto que el ítem NADA tiene cabida en ambas gráficas. Lo que muestra que no hay imitaciones significativas. Orozco argumenta, que la conformación como televidentes está en función de las percepciones, gustos, preferencias y capacidades personales, aunque también se ve influenciada por el lugar, las personas y el tiempo en que se ve la televisión; todo esto habla de un proceso que está mediado, porque son muchos los elementos que interfieren entre el mensaje generado por la televisión.

Los estudiantes tienen como mediadores para responder los interrogantes que les genera la televisión, a la familia por su convivencia diaria y permanente. También se refieren a los amigos y docentes, al pasar del plano íntimo del hogar a un plano grupal fuera de este como son los espacios públicos y la escuela. Y finalmente cabe mencionar un medio alterno como lo es el internet, por sus múltiples lenguajes y la autoexploración que permite que se resuelvan los interrogantes en cualquier espacio, momento y compañía.

- **Valoración televisión**

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 23 NOTICIEROS		
Nombres	Término	Cantidad
Opinión televisiva de noticieros	Manipulados - amarillistas - tapan la verdad - interesante - son informativos - importante	21

No hay respuesta	No responde	1
------------------	-------------	---

Tabla 2.20 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 23 NOVELAS		
Nombres	Término	Cantidad
Opinión televisiva de novelas	Distraen - entretenimiento - malucas - nada constructivo - poco Educativa	14
No hay respuesta	No responde	2

Tabla 2.21 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 23 CARICATURAS		
Nombres	Término	Cantidad
Opinión televisiva de caricaturas	Malucos - divertidas - comprender - interesantes	13
No hay respuesta	No responde	1

Tabla 2.22 ejemplo agrupación 4to orden

Entre las opiniones que dan los estudiantes en las gráficas se percibe un alto nivel crítico. Las noticias, a pesar de que se mantienen como informativas, hay conciencia

por parte de ellos de su manipulación. En cuanto a la opinión de las novelas y caricaturas su postura es crítica al saber diferenciar entre lo entretenido y lo educativo.

- **Causas y efectos que genera la Televisión**

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 25		
Nombres	Término	Cantidad
Opinión televisiva / padres	Entretenida - enseñe algo	2
Nada	Nada	10
No hay respuesta	No responde	2

Tabla 2.23 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 26		
Nombres	Término	Cantidad
Participación televisiva	Documentales de ciencia - reality - programas culturales y de deporte	8
Ninguno	Ninguno	5
No hay respuesta	No responde	2

Tabla 2.24 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 27 - PROGRAMAS QUE DEJAN VER		
Nombres	Término	Cantidad
Cualquier programa / acceso	Todos - películas - series	14
No hay respuesta	No responde	2

Tabla 2.25 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 27 - PROGRAMAS QUE NO DEJAN VER		
Nombres	Término	Cantidad
No hay respuesta	No responde	14
Restricción	Pornográficas	1

Tabla 2.26 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 32		
Nombres	Término	Cantidad
Relación cotidianidad	Si - programas importantes - algunos	12
No	No - monotonía	2
No hay respuesta	No responde	4

Tabla 2.27 ejemplo agrupación 4to orden

Las restricciones por parte de los padres a los estudiantes es mínima, y esto se ha visto evidenciado en todos los resultados de la entrevista, dando a sus hijos múltiples posibilidades de explorar en la televisión sus contenidos; sin embargo se denota que hay una preocupación por el consumo de contenidos no aptos para menores de edad. Asumiendo que la libertad de elección que dan los padres, no es por falta de interés o preocupación, sino que va ligado a la confianza que tienen en sus hogares como mediadores responsables.

La participación que visionan los estudiantes, está ligada al favoritismo que se viene afirmando en cuanto a los documentales de ciencia y los deportes, generando identidad en los sujetos, al querer vivir experiencias que ven en sus personajes favoritos; es claro su interés por los procesos de aprendizaje que puede ofrecer la televisión.

Lo que presenta la televisión como entretenimiento e información, a su vez, hace parte de las vivencias cotidianas, al presentar contenidos ligados a la realidad; con los cuales se logra una identificación.

- **Escenarios televisivos**

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 29		
Nombres	Término	Cantidad
Escenarios	Parques	8
Ninguno	Ninguno	5

No hay respuesta	No responde	7
------------------	-------------	---

Tabla 2.28 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 30		
Nombres	Término	Cantidad
Escenarios académicos	Ninguno	3
No hay respuesta	No responde	4
Asignaturas	Asignaturas	8
Complementarias	Que se complemente	1

Tabla 2.29 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 31 VES TV EN LA ESCUELA		
Nombres	Término	Cantidad
Asignaturas	No	10
No hay respuesta	No responde	1

Tabla 2.30 ejemplo agrupación 4to orden

Agrupación de Cuarto Orden pregunta 31 VES TV EN LA ESCUELA, QUE ASIGNATURA		
Nombres	Término	Cantidad



Asignaturas	Asignaturas	4
Ninguna	Ninguna	1
No hay respuesta	No responde	1

Tabla 2.31 ejemplo agrupación 4to orden

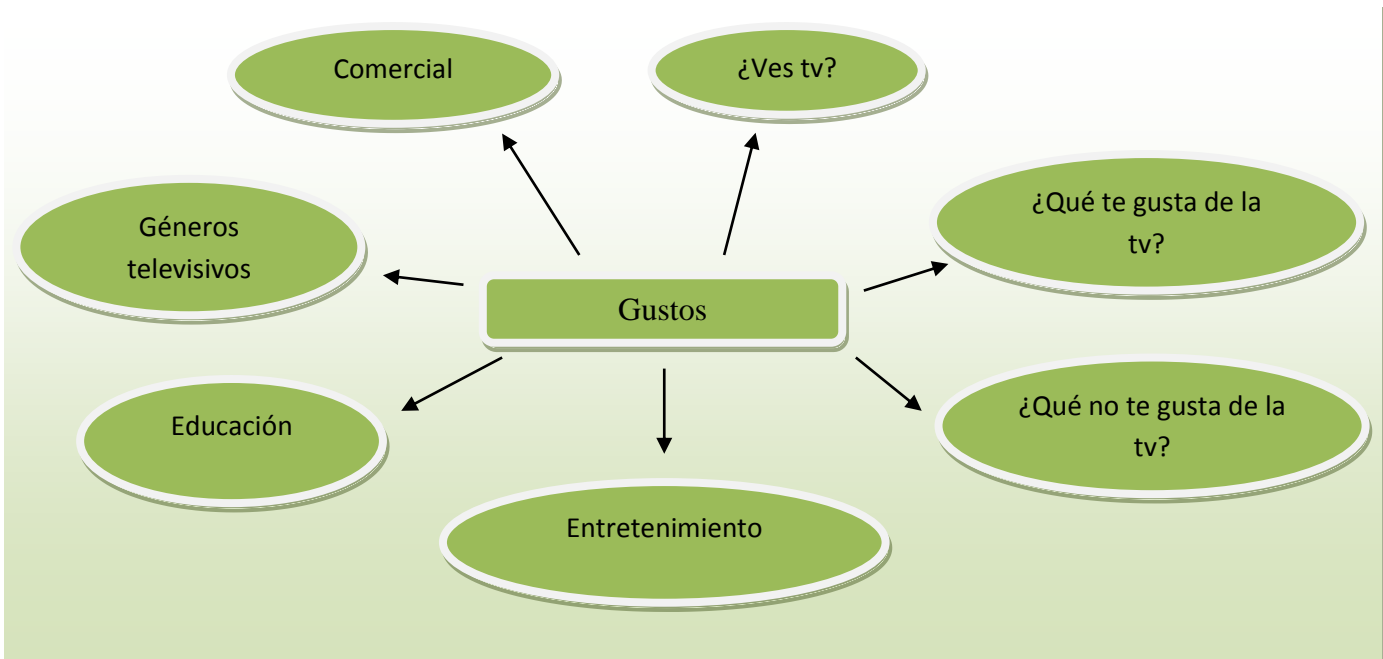
Todas las pantallas sí educan, lo afirma Orozco, razón por la cual se debe extender en diferentes escenarios, como lo exponen los estudiantes. El ideal de pantallas de los estudiantes, es poder llenar la necesidad que tienen de aprender lúdicamente, y esto se puede lograr al tenerlas en espacios públicos y dentro del plantel estudiantil con contenidos formativos y a la vez entretenidos. Esto lo reafirma Orozco al decir este tipo de televidencias pueden desarrollarse en cualquier escenario, mientras se cumpla la condición, de que exista el contacto del sujeto - audiencia con el referente televisivo; aunque aquí este contacto pueda haberse dado de manera directa o indirecta, o tal vez se haya llevado a cabo por otro dispositivo, pantalla o simplemente de manera cognoscitiva o sensorial<sup>17</sup>

**FASE 6: AGRUPACIÓN DE QUINTO ORDEN**, conformados los grupos anteriores con sus respectivos nombres, se pasó a realizar un esquema, el cual tuvo forma de flor y el núcleo central de la flor se nombró con la palabra principal que identifica toda el nodo, en este caso GUSTOS, y los pétalos conformaron las palabras que componían al grupo, posibilitando la comprensión de manera gráfica de todos los grupos.

A continuación se consigna gráficamente junto a su descripción toda esta.

---

<sup>17</sup> OROZCO GÓMEZ Guillermo, Televisión, Audiencia y Educación. Capítulo 2. 2.001. P.39



Gráfica 2.6 ejemplo nodo gustos

El análisis de las agrupaciones se reduce, formando nodos que abarcan todo un grupo de expresiones a la cual se les dio nombre: Gustos. Lo que se encuentra en este nodo permite reconstruir y entender cómo están los estudiantes apropiando lo que consumen, como negocian, reproducen y reconstruyen significados a partir de la interacción con los contenidos. La elección de la programación según los gustos, demuestra que está claro que es lo que les gusta y lo que no, hace parte de una construcción de un proceso de recepción, que está permeado por diversas mediaciones. Como expresa Orozco cuando afirma que *la televisión no es solo lo que vemos y escuchamos, sino que además representa diversos intereses de quienes lo sustentan, producen sus contenidos, venden publicidad y, desde luego de nosotros quienes la mirados*<sup>18</sup>.

<sup>18</sup> Orozco Gómez Guillermo, Niños, maestros y pantallas. Primera edición 2010

El proceso de ver televisión abre múltiples ventanas de enseñanza aprendizaje, dando la opción a los estudiantes de ver lo que ellos eligen, y esta elección se hace con base en rutinas significativas, donde la interacción con el medio es activa, responsable, entretenida y formativa.

Esta agrupación de nodos, muestra una visión concreta de cuáles son las preferencias televisivas de los estudiantes de la institución Carlota Sánchez, y es por medio de diversas mediaciones que ellos se forman como televidencias.



Gráfica 2.7 ejemplo nodo frecuencias televisivas

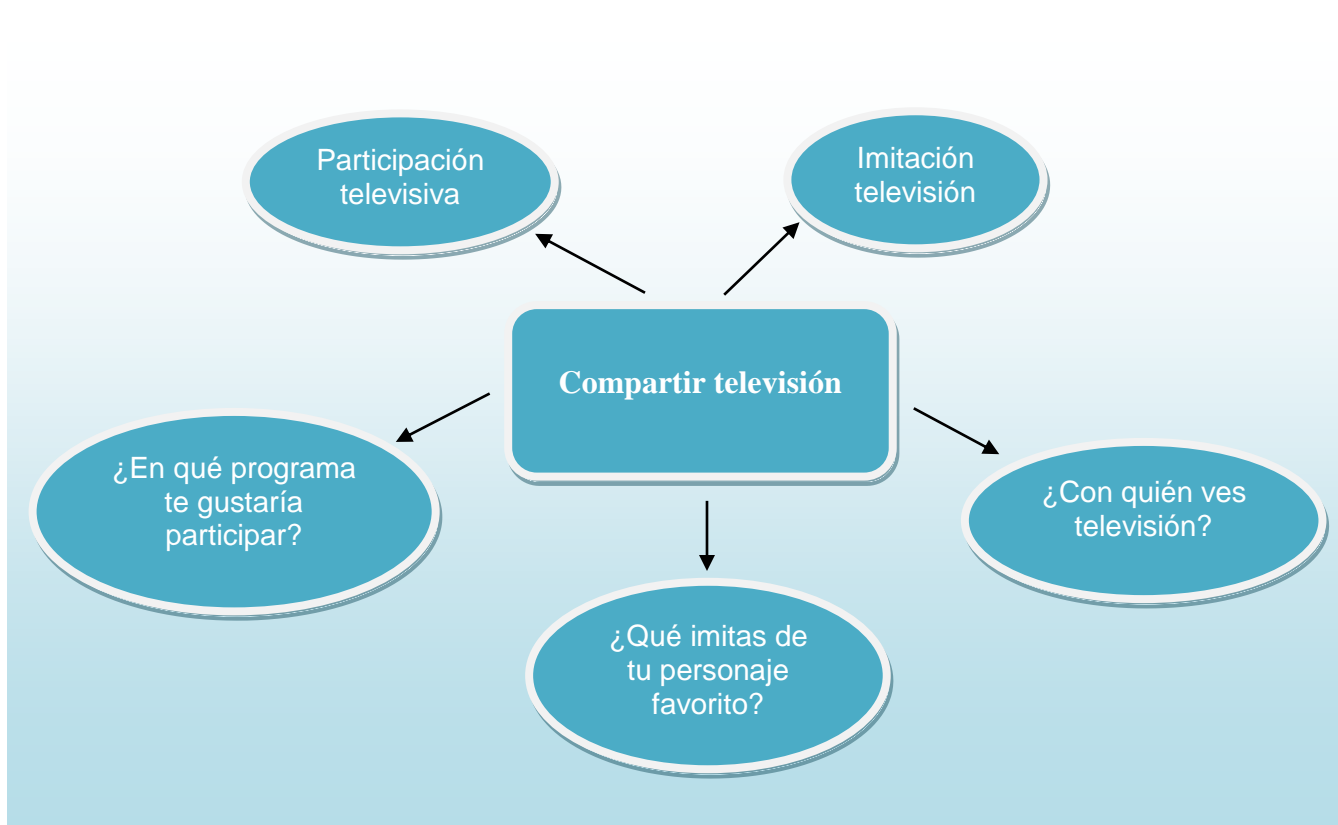
Este nodo, de frecuencias televisivas, demuestra que los estudiantes de la institución educativa Carlota Sánchez, visualizan los contenidos según sus gustos, como se explica en la gráfica anterior; en cuanto a la frecuencia se puede decir que es constante en los canales y programas que contengan los contenidos que son de su interés (documentales de ciencia y deportes).

La frecuencia televisiva afirma que esta audiencia es fiel frente a su papel, ya que se da un proceso individualizado entre el sujeto y la pantalla, tomando una postura crítica frente a lo que ven, confirmando su televidencia de primer orden.



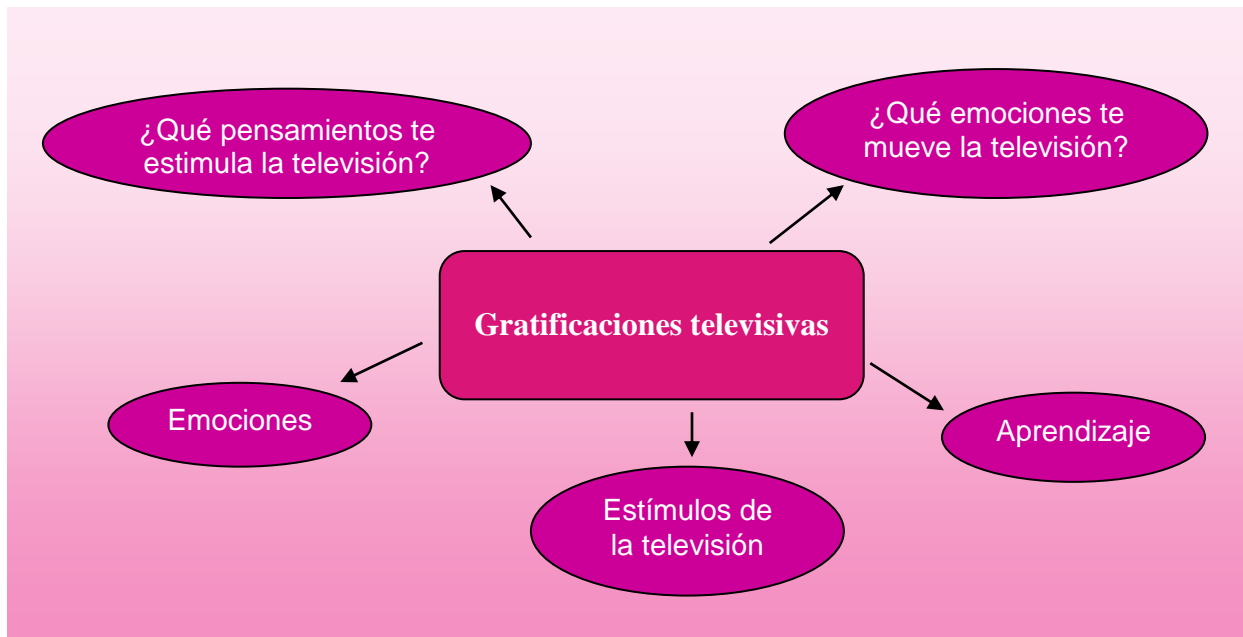
Gráfica 2.8 ejemplo nodo consumo televisivo

El consumo televisivo que han mostrado los estudiantes, reafirma su inclinación por una programación particular, convirtiéndose en una televidencia autónoma que decide sus contenidos, sus personajes y el tiempo en el cual se emerge frente a la pantalla. Este nodo concede información privilegiada, con la cual se puede caracterizar a los estudiantes en un papel activo en sus ritualidades, que lleva a un consumo crítico de la televisión.



Gráfica 2.9 ejemplo nodo compartir televisión

En este nodo se evidencia, que lo que videncian los estudiantes, está mediado por sus contextos y por los tipos de negociación que ellos llevan a cabo. Estas videncias son construidas, y deben ser comprendidas desde el acto de ver televisión, interactuando con ella, configurándola e interpretando sus mensajes individualmente para luego ser socializando su contenido.



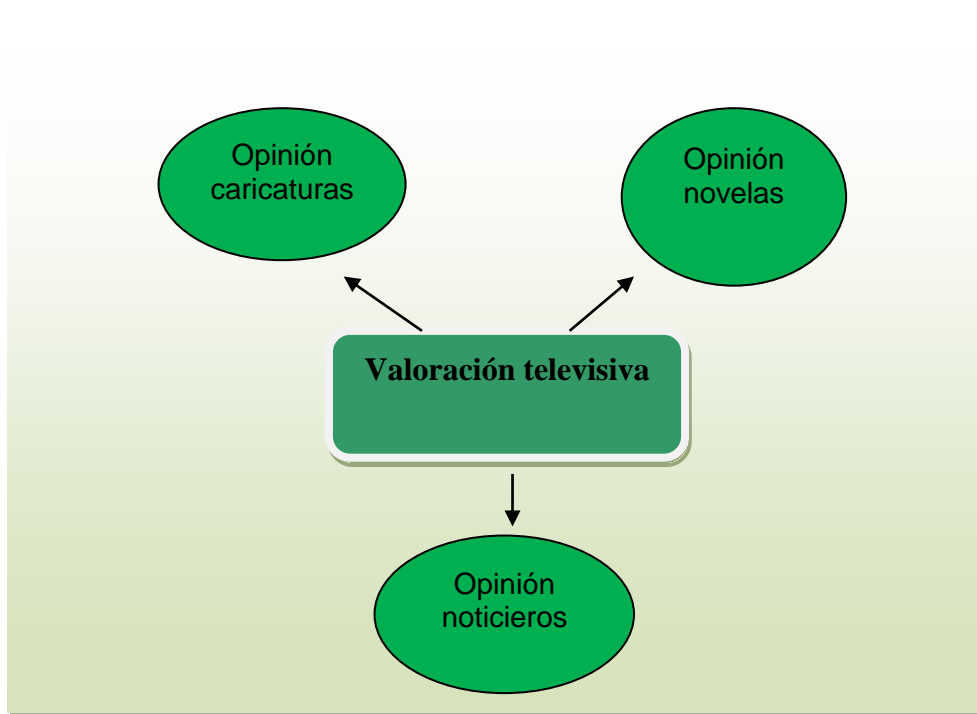
Gráfica 2.10 ejemplo nodo gratificaciones televisivas

Las gratificaciones televisivas que se ven reflejados en los estudiantes, ha permitido corroborar que ellos como televidentes negocian los contenidos, haciendo una interpretación conforme a sus gustos, pensamientos, sentimientos e ideas, y se sostiene durante todo el proceso investigativo como en la teoría de Guillermo Orozco.

Las gratificaciones es un proceso que se da antes, durante y después del acto de ver la televisión, sin perder su objetivo donde *mirar la televisión es un acto placentero*<sup>19</sup>, con esto se puede decir que surge un acto de interacción colectiva, donde se comparte lo que videncian los estudiantes y se da en cualquier escenario. Es así como el proceso de recepción deja de estar exclusivamente en el televisor, y es llevado a otros escenarios donde siguen actuando los estudiantes.

---

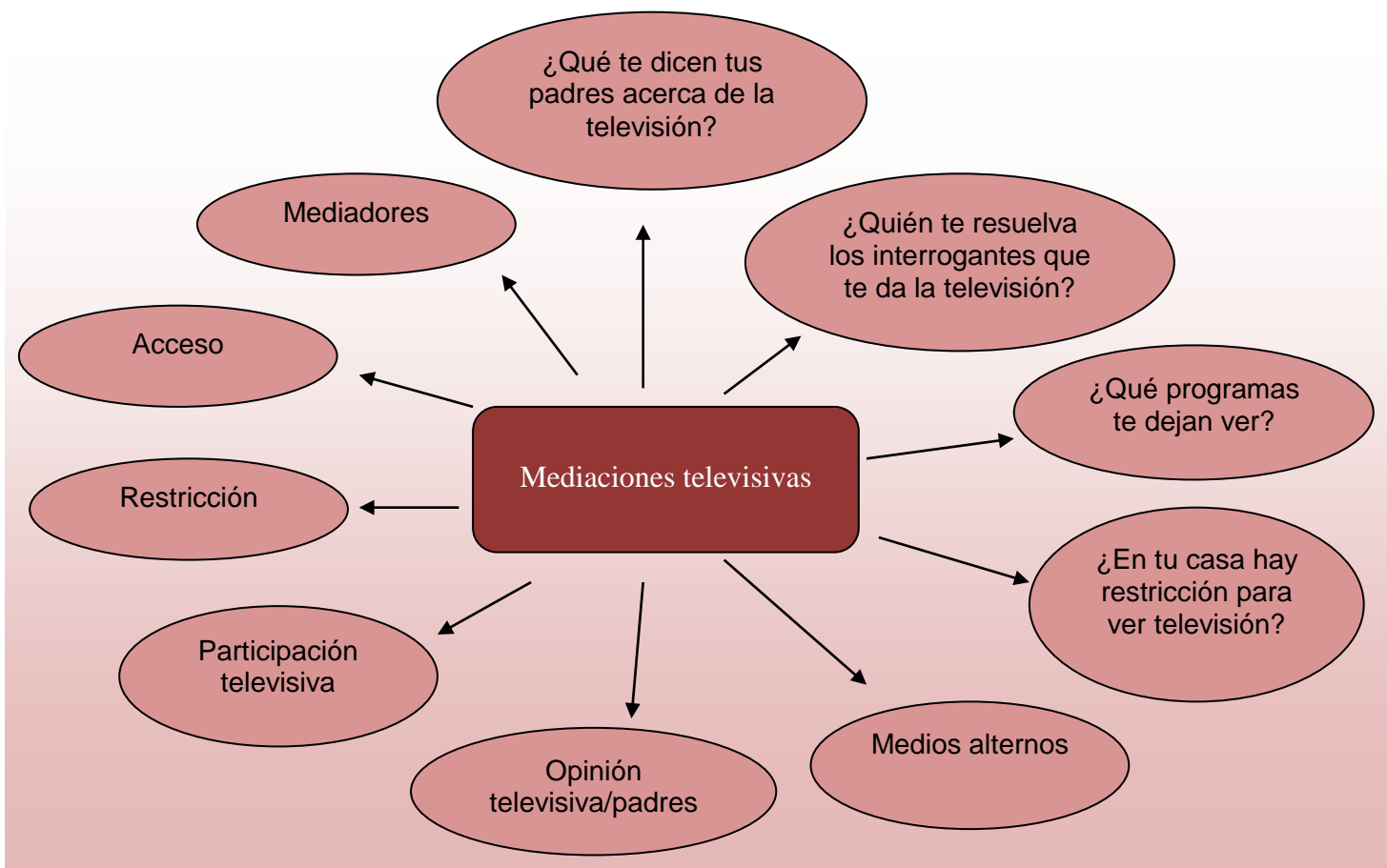
<sup>19</sup> Ibídem



Gráfica 2.11 ejemplo nodo valoración televisiva

La valoración televisiva es un nodo que agrupa la opinión que tienen los estudiantes frente algunos géneros de la televisión. La población estudiantil comparte estas opiniones, creando imaginarios con ideas que nacen de lo que se consume frente a las pantallas, y estas ideas son resultado de todos los nodos anteriores.

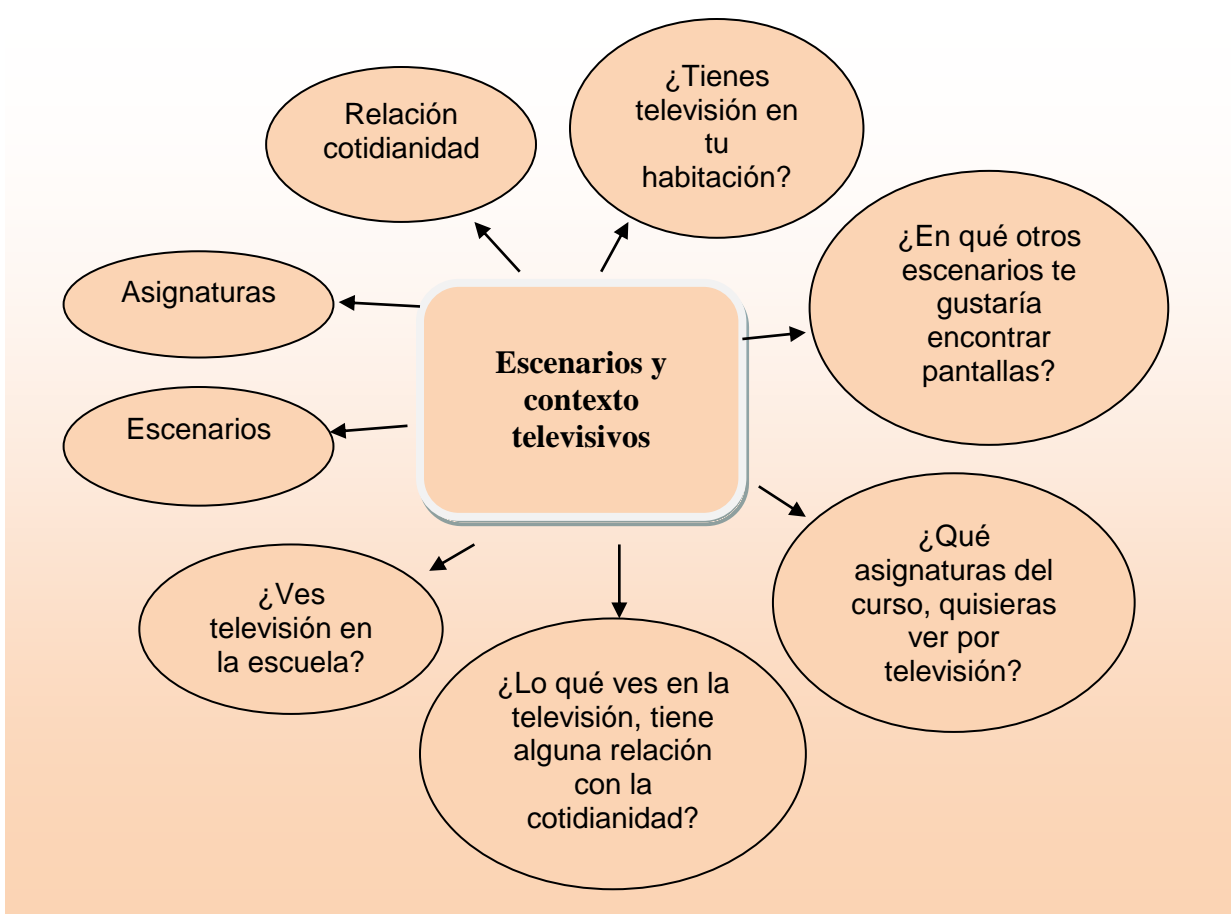
El contacto sujeto - pantalla hace posible generar opiniones que permiten la participación activa de procesos críticos, propositivos, individuales y colectivos sobre lo que se consume de los contenidos televisivos.



Gráfica 2.12 ejemplo nodo mediaciones televisivas

Este nodo Mediaciones televisivas, es donde los estudiantes se confirman como sujetos autónomos que cuentan con el apoyo de mediadores y/o medios alternos, sin restricciones pero que cuentan con un proceso que ha generado capacidades de análisis y reflexión, definiendo la audiencia como actores participativos e interpretativos.



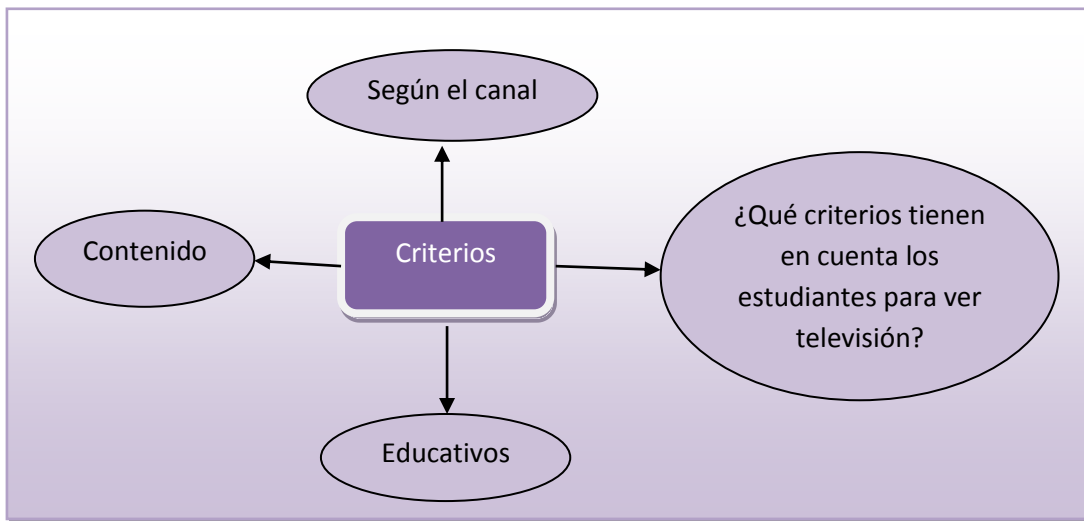


Gráfica 2.13 ejemplo nodo escenarios y contexto televisivos

La ampliación de las pantallas en los diferentes escenarios contribuye a mejorar los procesos comunicacionales y también sirven de mediadores en las interacciones de los estudiantes con los medios y la sociedad.

La cotidianidad que los estudiantes ven reflejada en las pantallas, suma experiencias y capacidades en los comportamientos, puesto que encuentran relación con sus vivencias, facilitando la interacción en todos los escenarios, hogar, espacios públicos, escuela, etc.

Como expresa Orozco, *hoy ustedes son mediadores capaces de entender y sobrevivir de mejor forma en un mundo - pantalla tan cargado de información y entretenimiento*<sup>20</sup>. Gracias al crecimiento cognitivo, emocional y social que les ha dejado las diferentes experiencias en el proceso de ser televidencia.



Gráfica 2.14 ejemplo nodo criterios

Este nodo abarca los criterios y posturas que tienen los estudiantes al momento de ver televisión, definiéndose como seres críticos y autónomos, que sienten preferencias por contenidos que ayuden a su crecimiento integral como ser humano.

Orozco habla de que un televidente crítico es un televidente inteligente, que trasciende la televisión y la usa no solo como un mero pasatiempo sino como un estímulo para otros pasatiempos.

---

<sup>20</sup> *Ibíd*em

## NOMINACIÓN NODAL

La relación de todos los nodos anteriores, no solo reduce la agrupación del instrumento utilizado, sino que deja ver con claridad qué tipo de audiencia es la población estudiada.

Para ello se nomina nuevos grupos de la siguiente manera:

### Micromediaciones de primer orden



Gráfica 2.15 micromediaciones de primer orden

Al relacionar estos tres nodos, dan como resultado, su participación en las micromediaciones de primer orden, porque según Orozco son aquellas que están dadas en la interacción del individuo con la pantalla, que se puede llegar a denominar televidencia directa y primaria, las cuales provienen del ámbito individual de los sujetos-audiencia.

La población estudiada arrojó resultados que abarcan actos de ver televisión como: de consumo, autonomía, frecuencias, etc, también las decisiones o intuiciones previas,

que los han permeado, todas estas son características que forman a estos estudiantes en cómo han recepcionado los contenidos televisivos.

### Micromediaciones de segundo Orden

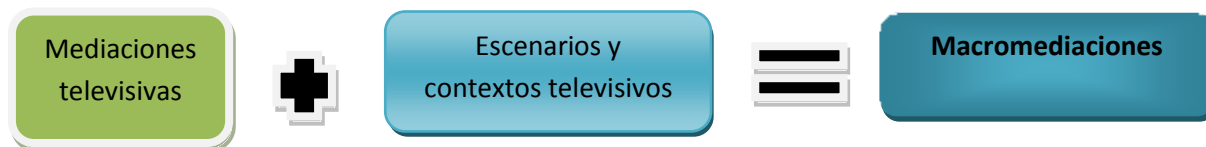


Gráfica 2.16 micromediaciones de segundo orden

Las micromediaciones de segundo orden observadas en los estudiantes del colegio Carlota Sánchez, denotan que se da un proceso visual-auditivo con la pantalla de forma directa o indirecta y de cómo los sujetos - audiencia reproducen, renegocian y recrean los referentes televisivos.

El ver televisión y compartirla con diferentes personas y espacios, genera múltiples sensaciones (emociones, pensamientos) en el ser, y el compartir todo esto nutre el discurso que se tiene de las diferentes programaciones televisivas.

### Macromediaciones



Gráfica 2.17 macromediaciones

Las diferentes mediaciones que arrojaron los estudiantes, aportan a la construcción de identidad, debido a la libertad que se les brinda por parte del núcleo familiar de ser responsables en su autonomía.

En los contextos y espacios donde la televisión tiene cabida, los estudiantes requieren que la televisión se haga más protagonista en su institución educativa, que se use ésta dentro de las asignaturas con mayor complejidad.

**FASE 7: CONCLUSIONES**, todos los resultados hasta ahora descritos en las diferentes fases, son insumos para lograr la confrontación con el postulado teórico, para llegar a las construcciones de las conclusiones generales del proyecto investigativo, y a un acercamiento a la pregunta de investigación y a los objetivos.

Las pantallas al estar presentes en todos los lugares tienen una alta carga de información y entretenimiento; el contacto de ellas con las audiencias es algo constante pero a la vez es cambiante, por ello todo lo que permea al ser humano y sea recibido por las pantallas no es permanente, puesto que los resultados de los procesos de videncia son producto de las mediaciones que configuran la interacción con las pantallas. La pedagogía televisiva, el compartir con el otro, el ser críticos al momento de elegir que ver y que no; hace que los sujetos tengan la capacidad o competencia para volverse mediadores entre los contenidos televisivos y el entorno.

Por ello, los resultados de la aplicación de los instrumentos de recolección de información, brindan datos para comprender como los estudiantes se construyen como audiencia y tienen las posibilidades de crear identidad.



**DIÁLOGO  
CON EL  
AUTOR**

**CAPÍTULO III**

## CAPITULO III: DEFINIENDO AUDIENCIAS

### DIÁLOGO CON EL AUTOR

La televisión ha sido uno de los medios de comunicación masivo más importantes en Colombia, desde su llegada (1954) se ha caracterizado por sus altos índices de consumo por parte de la población en general, está a su vez ha ocupado un espacio importante en la vida de los ciudadanos.

La televisión ha sido centro de grandes discusiones y debates a nivel nacional e internacional, en aspectos de contenidos de sus géneros televisivos, como los noticieros, las novelas, las series y caricaturas. Y ha permitido a varias generaciones saber acerca de las tendencias más destacadas a nivel mundial, a ser partícipes de los avances tecnológicos, a despertar sensibilidades, entre otros, todo esto es lo que hace del sujeto que sea audiencia.

Siendo la audiencia el pilar de esta investigación, cabe resaltar que es un importante tema de investigación principalmente en América Latina, y "el estudio de estas audiencias de la televisión se ha constituido en un campo de batalla no sólo -intelectual, sino económico y principalmente político<sup>21</sup>. Al considerar que la audiencia no se nace, sino que esta se va construyendo de lo que rodea al ser humano, es por esto que es necesario saber qué tipos de audiencias existen y qué las caracteriza.

---

<sup>21</sup> OROZCO GÓMEZ, Guillermo. La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencia. Pág. 107.

Guillermo Orozco afirma que la "recepción" no puede entenderse como mero recibimiento, sino como una interacción siempre mediada, desde diversas fuentes y contextualizada material, cognitiva y emocionalmente, que se despliega a lo largo de un proceso complejo, situado en varios escenarios y que incluye estrategias y negociaciones de los sujetos con el referente mediático de la que resultan apropiaciones variadas que van desde la mera reproducción hasta la resistencia y la contestación<sup>22</sup> es por esto que el mismo autor habla de una audiencia que realiza un proceso de recepción que esta mediado por instituciones donde han adquirido conocimientos para su formación.

Esta mediación es considerada por Guillermo Orozco desde las experiencias propias de cada ser o desde los escenarios, llamadas por él micromediaciones y macromediaciones, el primero dando sentido a particularidades y el segundo desde donde se le da significado a partir de las distintas instituciones. Definiendo cada una cómo:

## **MICROMEDIACIONES**

"Necesariamente, un primer conjunto de mediaciones proviene del ámbito individual de los sujetos-audiencia en tanto sujetos particulares, con características propias, algunas incluso únicas e irrepetibles, producto de sus herencias genéticas, de sus desarrollos y trayectorias vitales personales, de sus aprendizajes anteriores y de las peculiares apropiaciones de sus experiencias, de su creatividad, arrojo o inhibición, aunque también de sus

---

<sup>22</sup> OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Grupo editorial Norma P.23, Diciembre 2001



“visiones y ambiciones” (Fuenzalida y Hermsilla; 1991) hacia y más allá de la televisión.”<sup>23</sup>

Las micromediaciones contienen dos tipos de televidencia, las de primer orden y segundo orden, teniendo en cuenta la categorización de este tipo de mediaciones en televidencias, se procede entonces a efectuar la disertación de los resultados de cada una de éstas desde un abordaje teórico.

### **Televidencia del primer orden**

*Frente al televisor se realiza la televidencia directa y primaria de las audiencias. Los sujetos al interactuar con los referentes televisivos pueden apropiárselos o resistirlos, con o sin la concurrencia de otros sujetos. [...] La televidencia primaria es a la vez un proceso inicial y distintivo, especialmente susceptibles a mediaciones situacionales, también una resultante de decisiones o intuiciones previas, de estrategias de ritualidades televisivas construidas y de varias otras mediaciones anteriores al momento de estar frente al televisor.*<sup>24</sup>

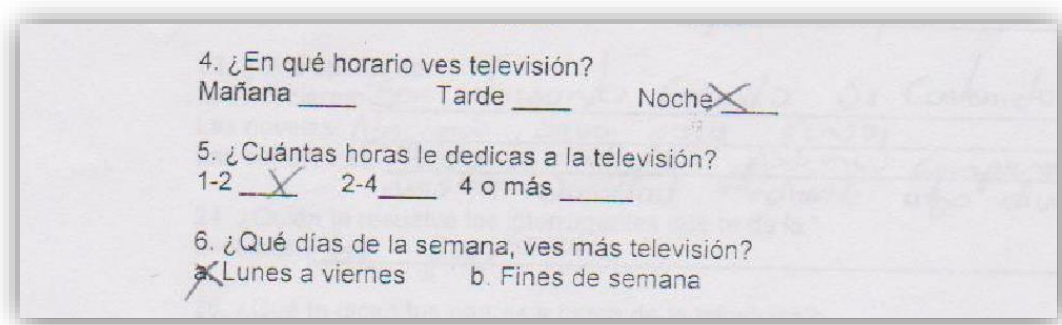
---

<sup>23</sup> OROZCO Gómez Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Capítulo 2: Televidencias y mediaciones. Grupo Editorial Norma. Colombia, 2001 P.40

<sup>24</sup> OROZCO Gómez Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Capítulo 2: Televidencias y mediaciones. Grupo Editorial Norma. Colombia, 2001 P.42

En este momento es donde el sujeto tiene el primer contacto con la pantalla, e interactúa con el referente televisivo. Los estudiantes objeto de estudio, trabajados para esta investigación, le otorgan sentido a la televisión. Confirmando que cada audiencia vive un proceso de interacción personal y diferente con la pantalla.

Las siguientes preguntas, que hacen parte del instrumento, fueron hechas con la intención de conocer la micromediación desde el primer orden:



Gráfica 3.1 preguntas 4, 5 y 6 entrevista

**PREGUNTA 4**

En qué horario ves televisión

Mañana	0
Tarde	3
Noche	13



Tabla 3.1 pregunta preguntas 4 entrevista

Gráfica 3.2 preguntas 4 entrevista

**PREGUNTA 5**

Cuántas horas le dedicas a la televisión

1 o 2	10
2 o 4	4
4 o más	1



Tabla 3.2 pregunta preguntas 5 entrevista

Gráfica 3.3 preguntas 5 entrevista

**PREGUNTA 6**

Qué días de la semana, ves más televisión

Lunes a viernes	9
Fines de semana	6



Tabla 3.3 pregunta preguntas 6 entrevista

Gráfica 3.4 preguntas 6 entrevista

En cuanto a la frecuencia de consumo televisivo, los resultados arrojados en las preguntas 4, 5 y 6 del instrumento entrevista, muestran que los estudiantes son constantes en la rutina de ver sus programas favoritos (ver gráfica 3.6).

Como lo muestra gráfica 3.4 (60%) es entre semana los días en que más ven televisión, especialmente en el horario nocturno como lo muestra la gráfica 3.2 (81%), cabe mencionar que los horarios de escolaridad de los estudiantes entrevistados son desde las 6:30 am hasta las 12:45 pm, con clases extracurriculares de 1:00 pm a 5:00 pm, siendo así la noche el momento en que disponen de visualizar sus programas favoritos o simplemente ver televisión, (40%) y los fines de semana aunque tiene concurrencia no es espacio predilecto para estar frente a la pantalla. Por sus disponibilidad horaria (ver grafica 3.3), los estudiantes no cuentan con tiempo significativo para ver televisión por largas horas. Y a la cuentan con programación favorita en horarios específicos.

Teniendo en cuenta que la *parrilla de programación* en la televisión se estructura por franjas de audiencias, y que por lo tanto, no es lo mismo ver programas para audiencias infantiles que sintonizar una programación de índole familiar o adulta, y resaltando las preferencias en los contenidos, se puede hablar de una ritualidad en la videncia. La televisión logra establecer una relación afectiva con la audiencia y también, logra la construcción de rituales y dinámicas propias en su televidencia, Logrando incluso que los televidentes le cumplan citas a una programación en particular. El pensamiento de los adolescente se permea por una programación precisa que los receptores han adaptado, con la cual comentan, construyen y juegan a la vez.

11. ¿En qué lugar de tu casa ves la televisión?

Habitación	_____	Sala	<u>X</u>	Comedor	_____
------------	-------	------	----------	---------	-------

Gráfica 3.4 pregunta 11 entrevista

## PREGUNTA 11

En qué lugar de tu casa ves la televisión

Habitación	7
Sala	8
Comedor	0



Tabla 3.3 pregunta preguntas 11 entrevista

Gráfica 3.5 pregunta 11 entrevista

En un intento por establecer las generalidades de este tipo de televidencias, se encuentra que la sala como lugar de visionado, predomina sobre la habitación y el comedor (un 53% para la sala, un 47% para la habitación y un 0% para el comedor), lo que confirma que el lugar de videncia entra a estructurar un proceso de una mediación familiar y personal, en espacios en los que aunque habitan otros sujetos, no deja de ser un proceso de recepción individual.

Aunque la sala sea el espacio por costumbre diseñado para tener la televisión, la mudanza de esta a las habitaciones cada día toma más fuerza, en los resultados de la gráfica 3.5 se evidencia una pelea entre los lugares de videncia dentro de la casa. El acto de ver televisión en familia es una tradición que está a punto de perderse, y el traslado a los cuartos no solo hace que el acto se vuelva más individual, sino que puede llegar a ocurrir lo que afirma Orozco al decir, "la televisión es una distracción que sirve para evadir la comunicación entre sus miembros"<sup>25</sup> la dispersión del núcleo familiar

<sup>25</sup> La mediación en juego. televisión cultura y audiencia 1988 P.116

puede llegar a tener grandes implicaciones, puesto que la total responsabilidad que tienen los estudiantes para elegir sus contenidos televisivos (ver gráfica 3.15 Pregunta 28 macromediaciones) puede llegar a confundir o hacer sentir solos a los estudiantes, el acompañamiento de la familia siempre será vital para resolver dudas o para generar restricciones especialmente en los menores de edad.

PREGUNTA 17	
Cuál es tu canal favorito	
Discovery	3
TNT	2
44	1
MTV	2
ESPN	2
Discovery Science	1
Natgeo	1
SPACE	1
SPEN	1
FOX	1
No tengo	1
No responde	2

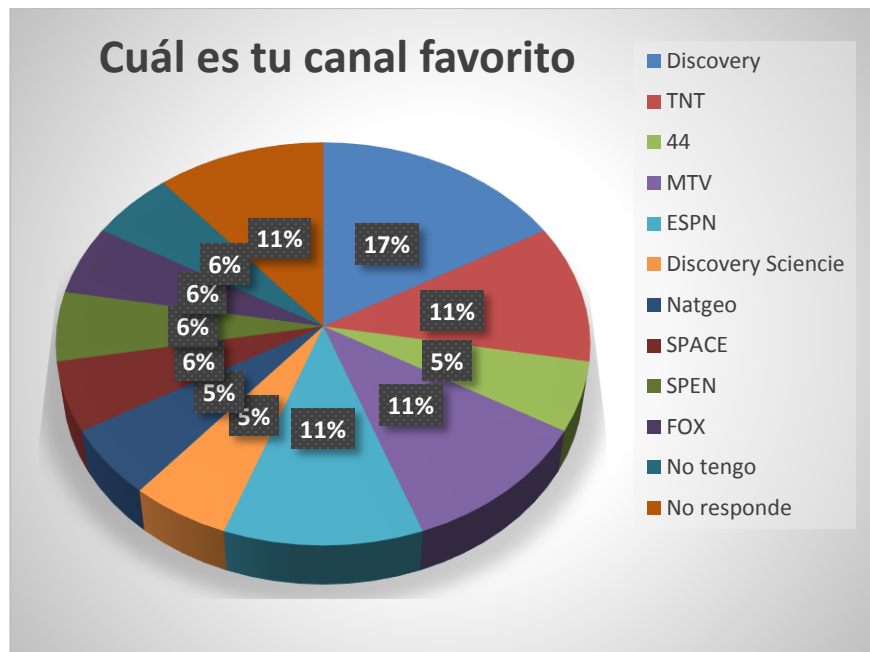


Tabla 3.4 pregunta preguntas 17 entrevista

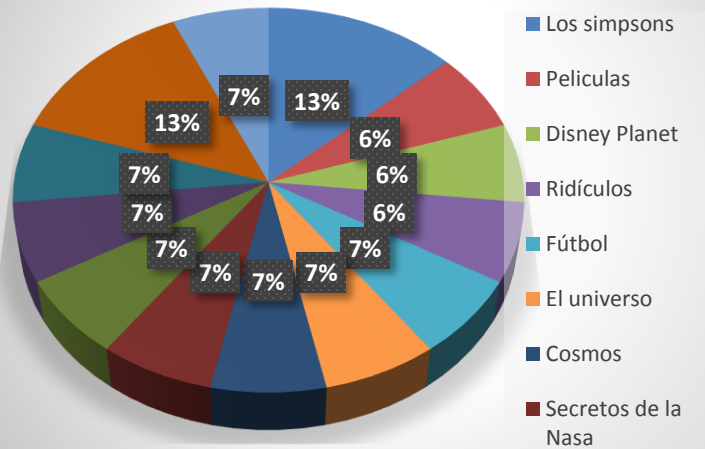
Gráfica 3.6 pregunta 17 entrevista

### PREGUNTA 18

Cuál es tu Programa favorito

Los simpsons	2
Peliculas	1
Disney Planet	1
Ridículos	1
Fútbol	1
El universo	1
Cosmos	1
Secretos de la Nasa	1
Como lo hacen	1
Constantine	1
Hablemos de fútbol	1
No responde	2
No tengo	1

### Cuál es tu Programa favorito



Gráfica 3.7 pregunta 18 entrevista

Tabla 3.5 pregunta preguntas 18 entrevista

PREGUNTA 19	
Cuál es tu Personaje favorito .	
Homero simpsons	1
Morgan Freeman	1
Cristiano y Messi	1
Ninguno	6
No responde	6

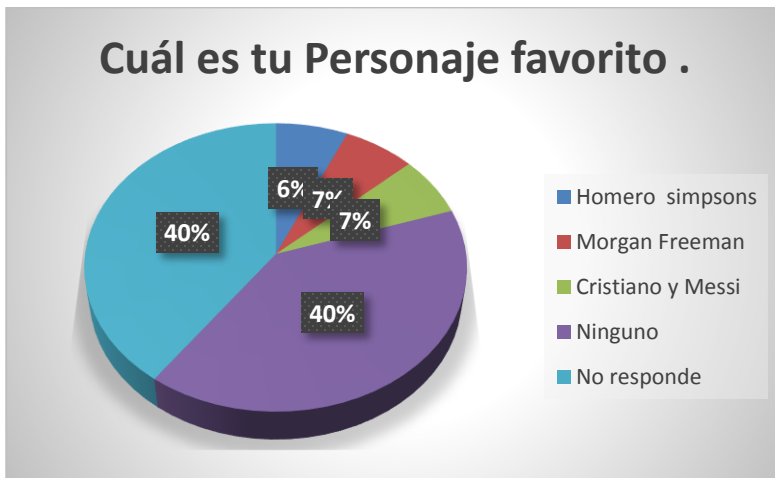


Tabla 3.6 pregunta preguntas 19 entrevista - Gráfica 3.8 pregunta 19 entrevista

Los estudiantes entrevistados, ven el entretenimiento ligado a las caricaturas, definiéndolas como divertidas aunque se refieren a ellas como "malucas y que muestran cosas feas" (ver gráfica 3.10, 3.11 y 3.12). Estas las ven en sus momentos de ocio especialmente las ligadas al programa Los Simpsons (gráfica 3.7), en donde encuentran también uno de los personajes favoritos (gráfica 3.8), las audiencias van definiendo a su manera el significado de diversos programas televisivos y de la misma televisión.

Es reiterativo a lo largo de todo el análisis de la información, la preferencia por los canales internacionales, que tengan contenidos de ciencia y los deportes (3.6), confirmando el valor que le otorgan los entrevistados a los programas con contenidos educativos y de sano entretenimiento.

Si la televidencia de primer orden corresponde al primer contacto de los niños con el referente televisivo, entonces la televidencia de segundo orden corresponde a, como lo define Orozco:



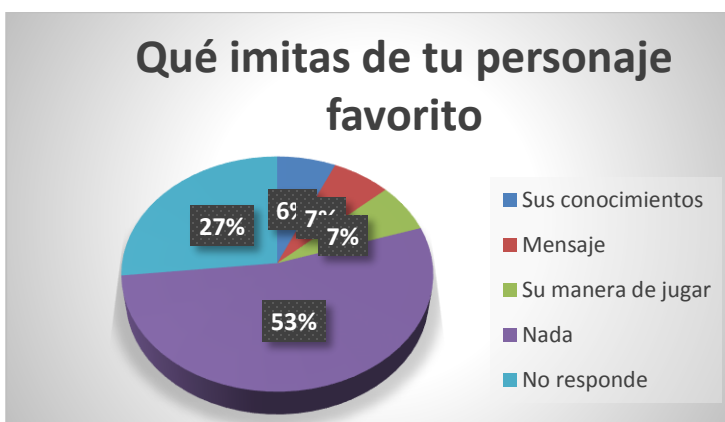
## Televidencias de Segundo Orden

*Si la televidencia primaria tiene lugar frente al televisor y se despliega mientras se está en contacto directo con el referente televisivo, más allá del televisor se realizan las televidencias secundarias y terciarias, que no por su distanciamiento del televisor son menos importantes [...] [En este caso, el contacto del sujeto con el referente] no es directo ni físico (audiovisual) con la imagen y el relato televisivos, sino “resonante”, pero que no por ello es menos definitorio del intercambio mediado con la televisión.<sup>26</sup>*

En este momento es donde el sujeto hace un distanciamiento de la pantalla y la ve desde afuera, se dan diferentes momentos y situaciones, donde la posibilidad de intervenir pedagógicamente, como expresa Orozco "reorientando la producción de sentidos y redireccionando las apropiaciones iniciales de lo televidenciado antes". Buscando la educación de las audiencias.

PREGUNTA 20	
Qué imitas de tu personaje favorito	
Sus conocimientos	1
Mensaje	1
Su manera de jugar	1
Nada	8
No responde	4

Tabla 3.7 pregunta preguntas 20 entrevista



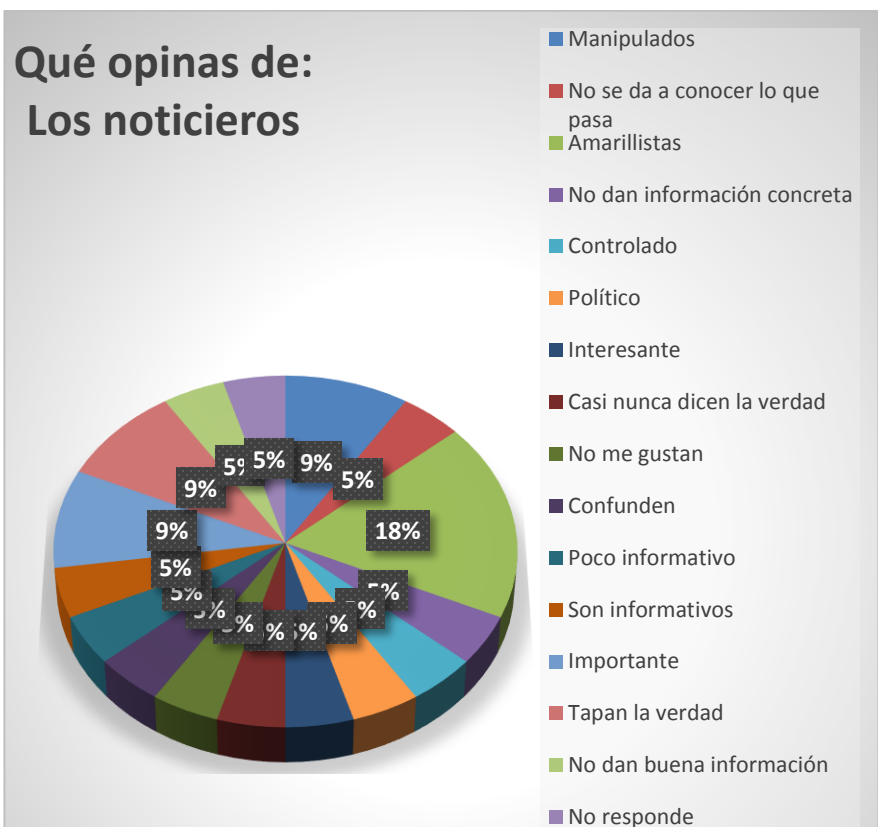
Gráfica 3.9 pregunta 20 entrevista

<sup>26</sup> OROZCO Gómez Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Capítulo 2: Televidencias y mediaciones. Grupo Editorial Norma. Colombia, 2001 P.44-45

Las expresiones que manifestaron los estudiantes, no son suficientes para decir que quieren ser como sus personajes favoritos, por el contrario la televisión no les ofrece algo significativo que deseen imitar (Nada 53%).

En lo que respecta a imitaciones de conductas por parte de los estudiantes, los porcentajes arrojados indican que no hay conductas favoritas para marcar una imitación en los personajes que les gusta de la programación elegida como favorita (3.7). Pocas expresiones están ligadas a los personajes favoritos al ser el ítem "Ninguno" el de mayor porcentaje (ver gráfica 3.8). Los estudiantes objeto de estudio confirman que lo ven en la televisión no les genera ningún tipo de estereotipo y menos alguno que quieran replicar en sus vidas. Las pocas imitaciones que les interesa están relacionadas con los personajes favoritos las casuales son mínimas.

PREGUNTA 23- NOTICIEROS	
¿Qué opinas de: Los noticieros	
Manipulados	2
No se da a conocer lo que pasa	1
Amarillistas	4
No dan información concreta	1
Controlado	1
Político	1
Interesante	1
Casi nunca dicen la verdad	1
No me gustan	1
Confunden	1
Poco informativo	1



Son informativos	1
Importante	2
Tapan la verdad	2
No dan buena información	1
No responde	1

Tabla 3.8 pregunta preguntas 23 entrevista

Gráfica 3.10 pregunta 23 entrevista

PREGUNTA 23-NOVELAS	
Qué opinas de: novelas	
Distraen	1
No me despiertan ninguna emoción	1
Entretenimiento	3
No nos sirven para pensar	1
Pintarnos un mundo diferente	1
Malucas	2
Fuera de lo común	2
Nada constructivo	1
Poco Educativa	1
Saca de la realidad	1
No responde	2

Tabla 3.9 pregunta preguntas 23 entrevista



Gráfica 3.11 pregunta 23 entrevista

**PREGUNTA 23-  
CARICATURAS**

Qué opinas de: Caricaturas

Malucos	1
Los niños observan cosas feas	1
Divertidas	4
Comprender	1
Sociedad	1
Son buenas	1
Nos hacen reír	1
Chistosas	1
Interesantes	1
Emocionante	1
Me agradan	1
No responde	1

**Qué opinas de: Caricaturas**

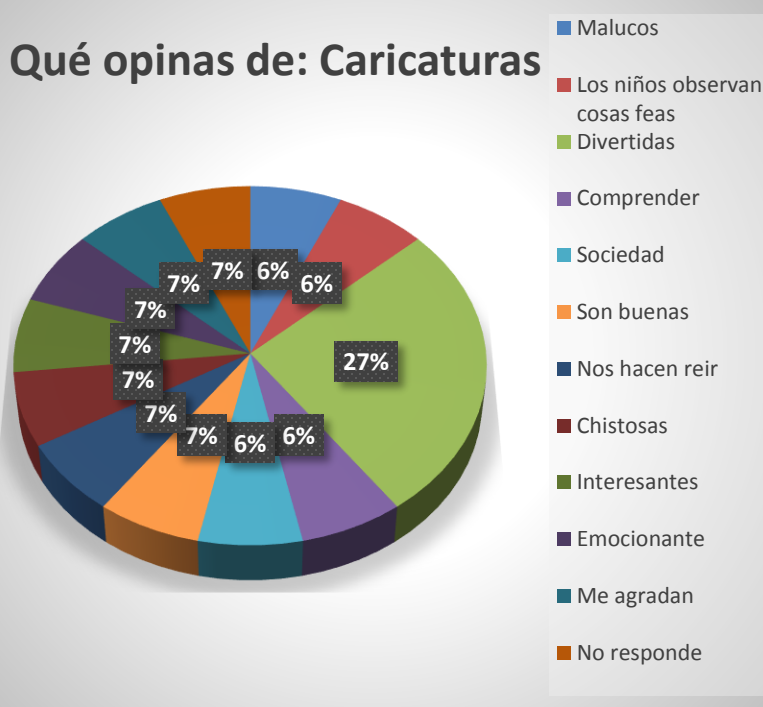


Tabla 3.10 pregunta preguntas 23 entrevista

Gráfica 3.12 pregunta 23 entrevista

Los estudiantes demostraron capacidades interesantes para su rango de edad, ellos fueron críticos en sus opiniones frente a tres categorías de consumo que han estado presentes siempre en la televisión (novelas, noticieros y caricaturas). A pesar de ser categorías tan marcadas en los hogares, ellos demostraron querer aprender mientras están frente a la pantalla, buscando en canales, especialmente internacionales (ver grafica 3.6), programación que no "tapen la verdad", que den la información concreta, que no manipulen al televidente, y desean menos amarillismo en los contenidos. Se demostró que son conscientes de lo que ofrece la televisión, saben que entretiene, pero que puede ir más allá, tanto que puede educar de formar seria e incluso divertida.

Orozco dice que las noticias son percibidas cada vez más como "entretenimiento" o "en todo caso para estar al tanto" Orozco,<sup>27</sup> y eso es lo que ellos piensan, las noticias no ofrecen los contenidos que ellos esperan, que informen sin tapar la verdad, y con menos contenidos que confundan y controlen. Todo esto es un apoyo para comprender el objetivo sobre especificar los criterios para la selección de los programas que visualizan los adolescentes del grado 11° de la institución educativa Carlota Sánchez.

Para finalizar el dialogo en este punto de las micromediaciones e iniciar las macromediaciones, se comparte lo que dice Orozco al expresar en uno de sus textos, una opinión sobre el tema, del autor Martín Barbero, diciendo:

*"En esta comprensión se entiende que la decisión de encender el televisor y las subsiguientes decisiones de ver un programa, cambiar de canal, preferir verla televisión a solas o acompañado, permanecer una o más horas frente al televisor, apagarlo, están sustentadas en prácticas y rutinas de aprovechamiento del tiempo libre que rebasan y contextualizan culturalmente los procesos concretos de recepción televisiva y constituyen mediaciones concretas en las percepciones, apropiaciones y usos que hacen los televidentes de los referentes televisivos" Martín Barbero 1190.<sup>28</sup>*

Los sujetos administran sus horarios y se disponen para el disfrute de su programación favorita, teniendo una planeación organizada de sus quehaceres diarios. Estas rutinas se vuelen mecánicas a tal punto que llegan a convertirse en costumbres en la vida de los sujetos.

---

<sup>27</sup> Audiencia, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la "televidencia" y sus mediaciones 2.012 P.167

<sup>28</sup> Orozco Guillermo, "La recepción de la televisión desde la familia y la escuela" P.244

## MACROMEDIACIONES

Partiendo del análisis del capítulo segundo, hay cabida para una discusión que tuvo relación a los encuentros de identidad con personajes representativos de la televisión, de ficción y no ficción, estos, todos relacionados con los programas, canales y gustos de los adolescentes (ver gráfica 3.8). La *identidad momentánea*<sup>29</sup> es la de mayor fuerza en este grupo poblacional, siempre relacionados en sus personajes favoritos, el querer ser como el jugador de moda o el presentador de televisión más importante, e incluso como un personaje ficción, con quienes sienten empatía que desde sus imaginarios, es de reconocimiento o hay un acercamiento con ellos; y aunque se sostiene una ambigüedad, puesto que la mayoría de los sujetos entrevistados, resuelven decir que no sienten afinidad por imitar o ser como personajes de la pantalla chica. Los encuentros de identidad con estos personajes, no tienen preponderancia en sus vidas.

En cuanto a la *percepción y percepciones* de los estudiantes, hay relación coherente en *tanto la actividad y proceso múltiple y titilante frente a los referentes televisivos*<sup>30</sup> Basados en lo que les puede o no gustar, provocar sentimientos o emociones, llamar la atención, o sencillamente de aquellas percepciones que se tiene de la televisión como una institución. Por esto en cuanto a que los personajes antes nombrados, sean vistos como ejemplo de vida desde las cualidades y desde las capacidades que muestran frente a la pantalla, ya que circunstancialmente como expresa Orozco *la televisión no educa, pero los niños sí aprenden de ella* (ver gráfica 3.9)<sup>31</sup>.

---

<sup>29</sup> OROZCO Gómez Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Capítulo 2: Televidencias y mediaciones. Grupo Editorial Norma. Colombia, 2001.P.46

<sup>30</sup> Ibídem P.48

<sup>31</sup> Ibídem P.49

**PREGUNTA 24**  
 Quien te resuelve los interrogante de la tv

Nadie	2
No responde	2
Yo	1
Docentes	2
Internet	2
Todos	2
Padres	2
Familiares	1
Amigos	1
Compañeros	1
Nada	1



Tabla 3.11 pregunta preguntas 24 entrevista - Gráfica 3.13 pregunta 24 entrevista

**PREGUNTA 25**  
 Qué te dicen tus padres a cerca de la televisión

Nada	10
No responde	2
Entretenida	1
Enseñe algo	1

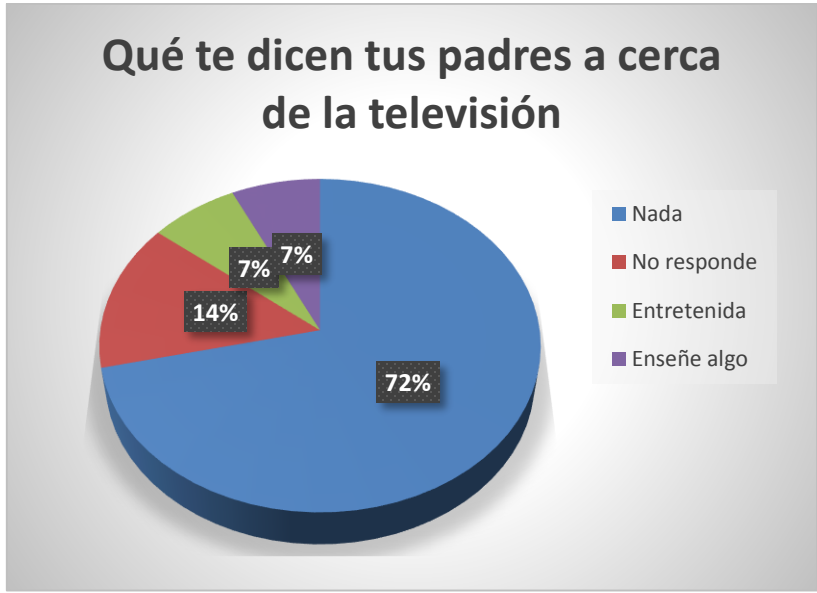


Tabla 3.12 pregunta preguntas 25 entrevista - Gráfica 3.14 pregunta 25 entrevista

PREGUNTA 28	
En tu casa hay restricciones para ver televisión	
No	13
No responde	1
Si	1

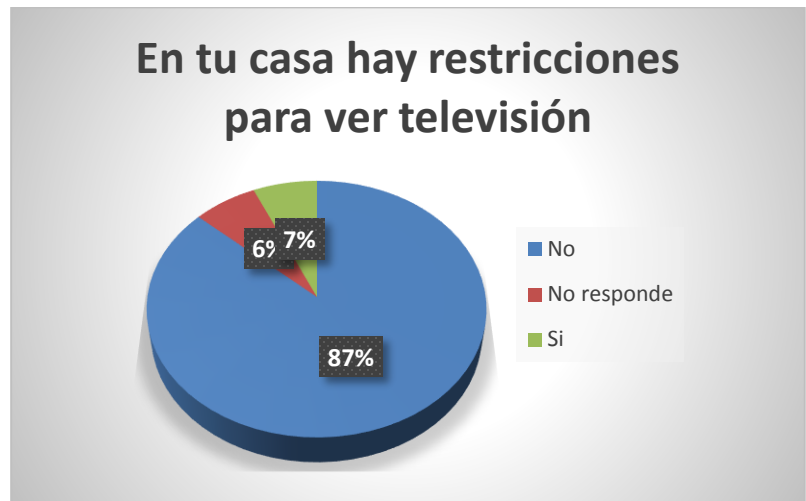


Tabla 3.13 pregunta preguntas 28 entrevista

Gráfica 3.15 pregunta 28 entrevista

Se encuentran dos tipos de familias: las permisivas y las restrictivas, las primeras no manifiestan reparos en que se pueda ver cualquier tipo de programa y en los horarios que a ellos les parezca por el tiempo que deseen, y las segundas aquellas que si tiene algún tipo de amonestación, si sus hijos no cumplen con las ordenes de en qué momento y por cuánto tiempo ver televisión, además que tienen limitaciones en la escogencia de los contenidos televisivos en sus hogares.

Las familias como figuras de mediación dentro de los hogares de los entrevistados, han tenido algunas incidencias tal vez desfavorables, *debido a la pérdida del control de los procesos de socialización de sus miembros.*<sup>32</sup> Por consecuente se afirma que la familia, aunque *moralista o sensata, fragmentada o sistemática, informada o reaccionaria, la mediación familiar se manifiesta de manera efervescente en las televidencias de las audiencias*<sup>33</sup>, es por esto que las estrategias de mediación por

<sup>32</sup> Ibídem P.58

<sup>33</sup> Ibídem P.59



parte de los padres, están presente pero no son significativas al no tener todo el control sobre la recepción televisiva en el hogar.

Dice Orozco que *la televidencia transcurre siempre de manera multimedida. No hay televidencias puras*<sup>34</sup>, si no que existen otras mediaciones que son de manera individual y contextual que la conforman. Donde el ideal de los procesos de videncia en los hogares, es que sea compartido en familia con un acompañamiento directo que les permita a los estudiantes que puedan decodificar de mejor manera lo visto en la televisión.

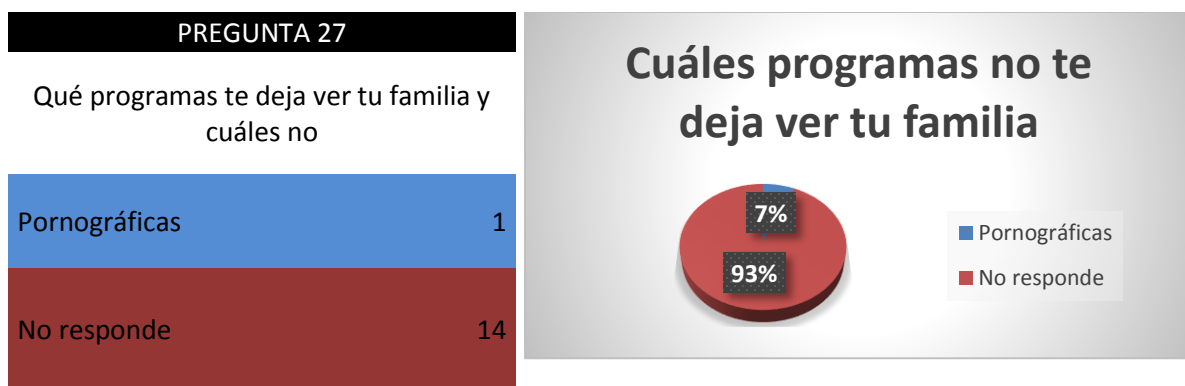


Tabla 3.14 pregunta preguntas 27 entrevista - Gráfica 3.16 pregunta 27 entrevista

Los padres le otorgan a sus hijos la responsabilidad de los contenidos que consumen en la televisión, según los resultados, sólo se le restringe lo relacionado con pornografía (ver gráfica 3.16), siendo considera una programación no apta la población estudiada.

La contribución de la familia con respecto a la programación que ven sus hijos, está ligada simplemente a prohibir algunos contenidos, pero no están siempre presentes o disponibles para dar una reflexión profunda de lo que visionan en casa. Las familias

<sup>34</sup> Ibídem P.46

deberían aprovechar las diferentes programaciones que ofrece la televisión para generar conversaciones de índole pedagógica que ayuden a la construcción de una audiencia, crítica y responsable.

Finalmente, las macromediaciones como categoría conceptual (ver gráfica 1), la cual concentra subcategorías como identidad, percepción e instituciones, fundamentales en las respuestas dadas por los estudiantes. Por ejemplo, en identidad se propician actitudes mediadas por la televisión, prevaleciendo las habilidades deportivas, y los conocimientos de un personaje en particular (Freeman Morgan), de lo que se deduce que las identidades de los estudiantes, aunque no son muy marcadas, se reafirma a partir de sus referentes televisivos. Estas identidades están relacionadas con las subcategorías de percepción e instituciones, ya que estas hacen parte de la construcción de identidad. Con lo anterior se relacionan las categorías que menciona Orozco en su teoría (reflejada en el libro, Televisión, audiencia y educación), siendo visibles en los procesos de recepción de los estudiantes del grado once (11°) de la institución Carlota Sánchez.

En conclusión los estudiantes entrevistados se mostraron siempre como sujetos visionarios, que esperan que la televisión les ofrezca programaciones que se asemejen al imaginario que tienen de una televisión crítica, educativa, entretenida, comprometida con la audiencia, que no oculte la verdad y que sea organizada (apta para todo público, respetando horarios). Son una audiencia que se encuentra pasando por una etapa de transición (de la adolescencia – a un adulto joven), de la cual de evidencia el nivel de responsabilidad y compromiso con lo que están recepcionando.

A continuación, se mencionan las conclusiones elaboradas a partir de este análisis - síntesis...



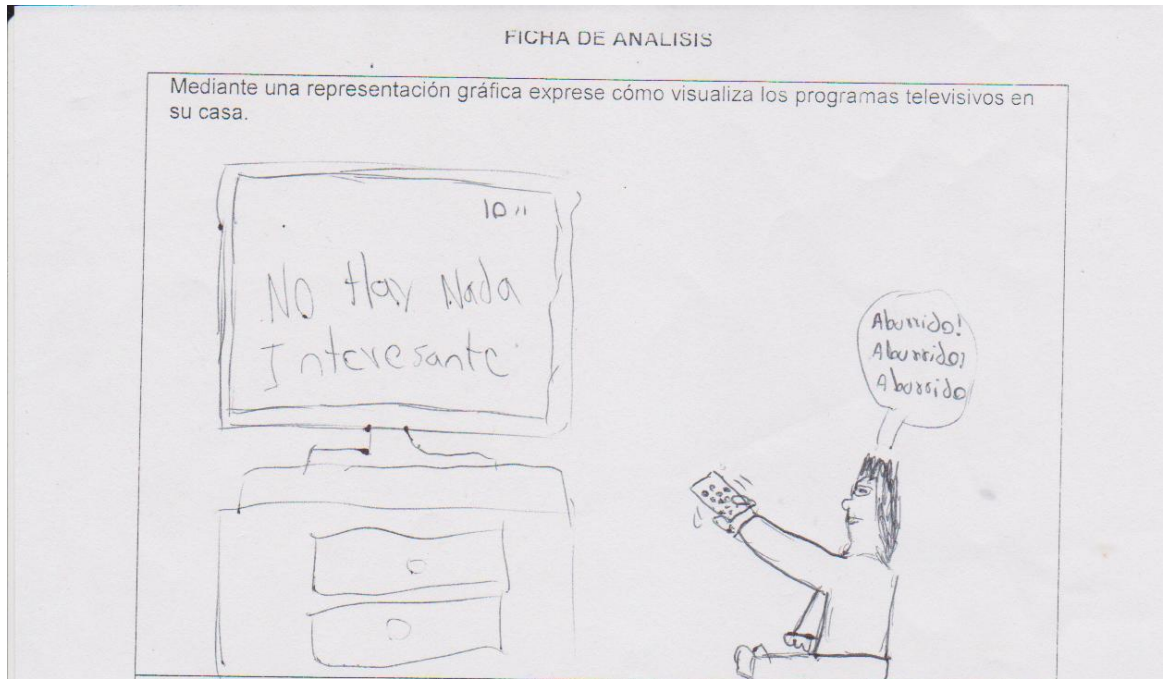
**CONCLUSIONES**

## CONCLUSIONES

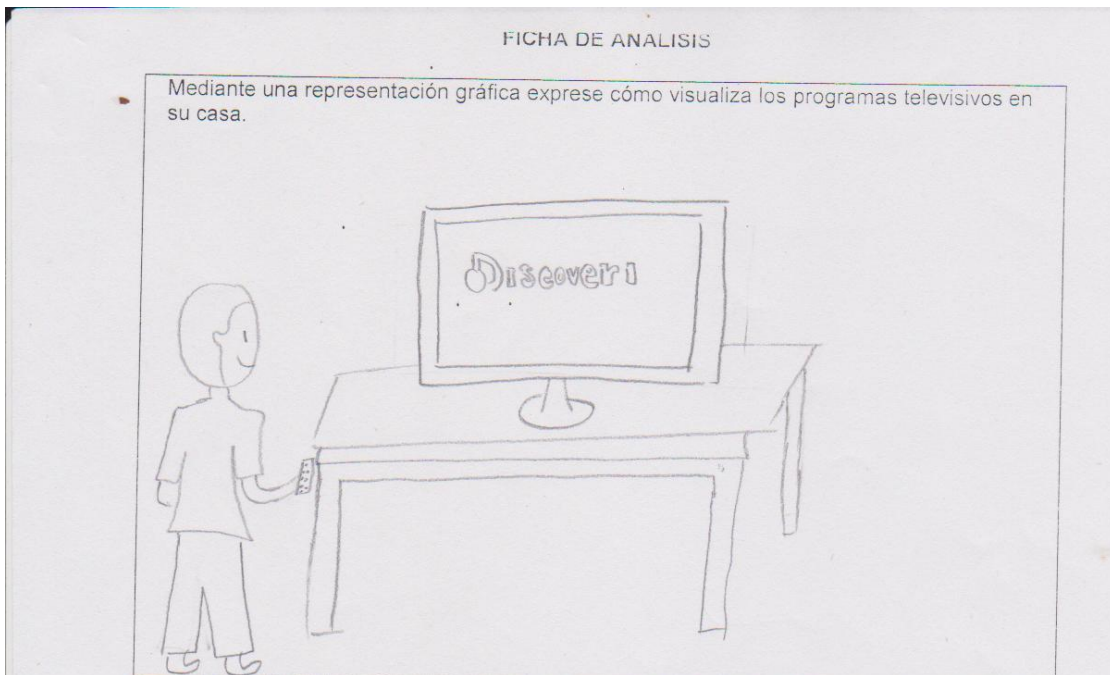
- El proceso de televidencia es diverso y aleatorio, dadas las transformaciones que las mediaciones ejercen sobre las audiencias que nacen de la interacción del sujeto con la televisión. Es por esto que se concluye que la población objeto no se puede enmarcar en una sola identidad. Sin embargo es posible recalcar casos que se presentan similares entre los adolescentes como lo es la recepción individual que predominó sobre la recepción compartida, la capacidad para tomar decisiones sobre los contenidos que desean ver, la relación que tienen con las pantallas y la forma en cómo esta relación se extiende de acuerdo a un lugar, momento y tiempo de visionado y la posibilidad de migrar a otros escenarios.
- En los procesos de recepción de los estudiantes de grado once (11°), se pudo indagar que el lugar más utilizado por estos estudiantes, para el consumo televisivo son sus hogares, en espacios como la sala y sus habitaciones, donde prevalece la sala donde es posible ver televisión en familia al ser un área común, y el acceso de todos los miembros a este espacio es libre; pero en los resultados de los instrumentos (especialmente ficha de análisis) se evidencia que los sujetos ven televisión estando solos, sin importar el lugar de la casa (ver gráfica 3.17 y 3.18 de la ficha de análisis). Al mismo tiempo el tener televisión en la habitación puede acabar con la unidad familiar, ya que no todos comparten los mismos gustos en el momento de ver televisión, lo que refuerza el carácter individual de sus televidencias.
- La televisión como medio tecnológico y revolucionario, llega a meterse a la vida íntima y pública de las personas, de tal manera que casi por cualquier razón se tiene presente. Esta investigación de recepción de contenidos televisivos en

canales nacionales e internacionales, mantuvo una conexión en todo momento con teorías y/o posturas del autor Guillermo Orozco, así pues, esta investigación mostró que los jóvenes videncian lo que les genera algún tipo de aprendizaje y que a su vez no pierda su esencia de ser un medio entretenido. Los canales que más relevancia mostraron son los internacionales pertenecientes a la televisión privada, lo que puede generar inquietudes de que está pasando con la televisión nacional, de que brinda cada una y que hace más atractiva a los jóvenes de esta población, algunas de las posibles razones para que haya esta inclinación de contenidos televisivos, puede ser la variedad y "accesibilidad", que presentan estos canales, criterios que predominaron para la selección de los programas que visualizan los adolescentes. Lo cual abarca uno de los objetivos de esta investigación.

- Las televidencias satisfacen necesidades puntuales frente a sus gustos y preferencias, asumiéndolos desde sus sentidos, tanto críticos como reflexivos, identificando lo que ven con la cotidianidad. Estas preferencias son significativas para ellos ya que les genera algún tipo de aprendizaje. Los documentales de ciencia y los deportes, fueron los escogidos como de mayor predilección por sus contenidos educativos que a su vez entretienen. Los adolescentes establecieron que para apropiarse los contenidos que les ofrece la televisión, deben cumplir con las exigencias de ellos (que eduquen mientras entretienen). Lo anterior para cumplir con el objetivo de establecer la manera en que apropiarse los jóvenes los contenidos televisivos de los programas que seleccionan.



Gráfica 3.17 ficha de análisis



Gráfica 3.18 ficha de análisis

- En su mayoría los adolescentes llevan a cabo una recepción individual, ya que en las representaciones que realizaron, se dibujan viendo televisión estando solos, sea en la sala o en la habitación, sin que nadie los estuviera acompañando. Debido a lo anterior, se pueden observar algunas implicaciones de esta audiencia (estudiantes de grado 11°, institución educativa Carlota Sánchez), como el recepcionar los contenidos televisivos de manera individual, disminuye la posibilidad de compartir lo que visionan, lo que no logra que un consenso de ideas se dé entre los receptores y otros sujetos. Por otra parte el hecho de no tener compañía implica que los adolescentes puedan ver en sus televisores lo que ellos quieran, esto puede incluir programación no apta para su edad llegando a generar en ellos conductas inapropiadas. El apoyo de la familia es fundamental para orientar a los menores (hijos, sobrinos, primos); ayudándoles a comprender o discernir sobre lo que es real o ficción en las pantallas. Por otra parte, siempre se recalcó el hecho de que los estudiantes no encuentran en la televisión contenidos interesantes, lo cual hace que ellos se aburran rápidamente de lo que consumen. Cabe resaltar que, los canales por los que durante todo el proceso mostraron mayor afinidad los estudiantes fueron los de contenidos de ciencia y fútbol, en las gráficas (ver gráfica 3.17) se puede identificar como el dibujo donde el sujeto no encuentra que ver, no tiene expresión agradable, mientras que en la imagen donde aparece el sujeto viendo el canal de su preferencia, el estudiante se dibujó sonriente (ver gráfica 3.18). Todo esto lleva a la investigación a pensar que los canales nacionales de la televisión, que hacen parte de la franja gratuita de la señal en Colombia, no son los más vistos a pesar de su gratuidad; mientras que la televisión por cable o antena, que poseen canales internacionales, y que están sujetos a una paga; son los que contienen la programación que los adolescentes prefieren con mayor aceptación; demostrado en los dos instrumentos de recolección de información

que los canales con contenidos de ciencia y deportes (ver tabla 2.9 agrupación 4to orden), se manifestaron como favoritos.

Mostrándose todo el tiempo como una población adolescente, que para su rango de edad, están interesados en aprender mientras se entretienen; es pues esta la manera en que se logró el objetivo, de identificar los contenidos televisivos que ven los adolescentes de grado 11° de la institución educativa Carlota Sánchez.



## BIBLIOGRAFÍA

- (s.f.). Audiencia, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la "televidencia" y sus mediaciones 2.012 P.167.
- (s.f.). FERRE MICO Teresa, Nativos Digitales NATIVOS DIGITALES Journal of Feelsynapsis (JoF). ISSN2254-3651. 2012 (2): 52-56.
- (s.f.). La mediación en juego. televisión cultura y audiencia 1988 P.116.
- (s.f.). OROZCO GÓMEZ Guillermo, Medios, Audiencias y Mediaciones. 1997. P. 27.
- (s.f.). Orozco Gómez Guillermo, Niños, maestros y pantallas. Primera edición 2010.
- (s.f.). OROZCO Gómez Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Capítulo 2: Televidencias y mediaciones. Grupo Editorial Norma. Colombia, 2001 P.42.
- (s.f.). OROZCO Gómez Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Capítulo 2: Televidencias y mediaciones. Grupo Editorial Norma. Colombia, 2001 P.44-45.
- (s.f.). OROZCO Gómez Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Capítulo 2: Televidencias y mediaciones. Grupo Editorial Norma. Colombia, 2001.P.46 .
- (s.f.). OROZCO GÓMEZ, Guillermo. La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencia. Pág. 107. .
- (s.f.). PRENSKY Marc, Nativos e Inmigrantes Digitales, Edita: Distribuidora SEK, S.A. Impresión: Albatros, S.L. Depósito legal: M-24433-2010, LINK [http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf).
- (s.f.). OROZCO GÓMEZ Guillermo Relaciones, aproximaciones y nuevos retos. Comunicación, educación y cultura. MORENO, Marisol. VILLEGAS, Esmeralda, (compiladoras) De Espectadores a interlocutores. P. 109. .
- (s.f.). OROZCO GÓMEZ Guillermo, Televisión, Audiencia y Educación. 2.001. P. 11.
- (s.f.). OROZCO GÓMEZ Guillermo, Televisión, Audiencia y Educación. 2.001. P. 93.
- (s.f.). OROZCO GÓMEZ Guillermo, Televisión, Audiencia y Educación. 2.001. P. 93.

- (s.f.). OROZCO GÓMEZ Guillermo, Televisión, Audiencia y Educación. 2.001. P. 93.
- (s.f.). OROZCO Gómez Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Capítulo 2: Televidencias y mediaciones. Grupo Editorial Norma. Colombia, 2001 P.40.
- (s.f.). OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Televisión, audiencias y educación. Grupo editorial Norma pág 23, Diciembre 2001.

## **ANEXOS**

## INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: FORMATOS

### ANEXO 1: FORMULARIO ENTREVISTA

Le solicitamos responder de manera espontánea.

Esta encuesta solo aspira a comprender modos de recepción. Gracias

Entrevista: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Ciudad: \_\_\_\_\_ País: \_\_\_\_\_

#### ENTREVISTADO (Datos personales)

Nombres y apellidos \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_ Género: F\_\_\_ M\_\_\_ Grado: \_\_\_\_\_

Nivel socioeconómico \_\_\_\_\_

Objetivo: Conocer las percepciones, usos y rutinas televisivas de los estudiantes de la institución educativa Carlota Sánchez

#### PREGUNTAS

1. ¿Ves televisión?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

2. ¿Qué te gusta de la televisión y que no te gusta?

\_\_\_\_\_

3. ¿Cuántos televisores hay en tu casa?

Ninguno\_\_\_ 1\_\_\_ 2\_\_\_ 3 o más \_\_\_

4. ¿En qué horario ves televisión?

Mañana \_\_\_\_ Tarde \_\_\_\_ Noche \_\_\_\_

5. ¿Cuántas horas le dedicas a la televisión?

1-2 \_\_\_\_ 2-4 \_\_\_\_ 4 o más \_\_\_\_

6. ¿Qué días de la semana, ves más televisión?

a. Lunes a viernes b. Fines de semana

7. ¿La mayoría de las veces, con quién ves la televisión?

Hermanos \_\_\_\_

Padres \_\_\_\_

Pareja \_\_\_\_

Sólo \_\_\_\_

Amigos \_\_\_\_

9. ¿Cuántas horas de televisión ven los sábados en el horario de 7:00 am a 02:00 pm?

No veo televisión los sábados en ese horario \_\_\_\_

Menos de una hora \_\_\_\_

Entre 1 y 2 horas \_\_\_\_

3 horas \_\_\_\_

4 horas \_\_\_\_

10. ¿Tienes televisor en tu habitación?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

11. ¿En qué lugar de tu casa ves la televisión?

Habitación \_\_\_\_

Sala \_\_\_\_

Comedor \_\_\_\_

12. ¿Por qué ves televisión?: \_\_\_\_\_

13. ¿Ves televisión fuera de tu casa? Si \_\_\_\_ no \_\_\_\_  
¿Dónde? \_\_\_\_\_

14. ¿Qué tipo de programas ves? (Puedes marcar varias opciones).

Infantiles \_\_\_\_

Novelas \_\_\_\_

Series \_\_\_\_

Películas \_\_\_\_

Noticieros \_\_\_\_

Magazín \_\_\_\_

Musicales \_\_\_\_

Otro \_\_\_\_ Mencionar que tipo programa ve \_\_\_\_\_

15. ¿Qué canales (de la televisión nacional e internacional) visualizas con mayor frecuencia?

\_\_\_\_\_

16. ¿Qué tipo de programas ve tu familia? (Puede marcar varias opciones)

Infantiles \_\_\_\_\_

Novelas \_\_\_\_\_

Series \_\_\_\_\_

Películas \_\_\_\_\_

Noticieros \_\_\_\_\_

Magazín \_\_\_\_\_

Musicales \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_ Mencionar que tipo de programa \_\_\_\_\_

17. ¿Cuál es tu canal favorito? \_\_\_\_\_

18. ¿Cuál es tu programa favorito? \_\_\_\_\_

19. ¿Cuál es tu personaje favorito de la televisión?

\_\_\_\_\_

20. ¿Qué imitas de tu personaje favorito?

\_\_\_\_\_

21. ¿Qué emociones te mueve la televisión?

\_\_\_\_\_

22. ¿Qué pensamiento te estimula la tv?

\_\_\_\_\_

23. ¿Qué opinas de:

Los noticieros:

---

Las novelas:

---

Las caricaturas:

---

24. ¿Quién te resuelve los interrogantes que te da la televisión? \_\_\_\_\_

25. ¿Qué te dicen tus padres a cerca de la televisión? -

---

26. ¿En qué programa de televisión te gustaría participar? \_\_\_\_\_

27. ¿Qué programas te deja ver tu familia y cuáles no? ¿Por qué? \_\_\_\_\_

28. ¿En tu casa hay restricciones para ver televisión? \_\_\_\_\_

29. ¿En qué otros escenarios te gustaría encontrar pantallas de televisión?

30. ¿Qué asignaturas del curso quisieras ver por televisión?

31. ¿Ves televisión en la escuela? ¿En qué asignatura y para qué? \_\_\_\_\_

32. ¿Lo que ves en televisión tiene alguna relación con la cotidianidad? \_\_\_\_\_

## **ANEXO 2: FICHA DE ANÁLISIS**

Mediante una representación gráfica exprese cómo visualiza los programas televisivos en casa.

¿Qué criterios tiene en cuenta para elegir la televisión que ve?