**XIV TALLER INTERNACIONAL COMUNIDADES**

**Propuesta metodológica para la investigación de la participación en la producción televisiva**

***Methodological proposal for the investigation of participation in television production***

**Eduardo Alejandro Hernández Alfonso1, Luis Ernesto Paz Enrique2, Joaquín Alonso Freire3**

1-Eduardo Alejandro Hernández Alfonso. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Cuba. E-mail: [ealejandro@uclv.cu](mailto:ealejandro@uclv.cu)

2- Luis Ernesto Paz Enrique. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Cuba. E-mail: [luisernestope@uclv.cu](mailto:luisernestope@uclv.cu)

3- Joaquín Alonso Freire. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Cuba. E-mail: [joaquin@uclv.edu.cu](mailto:joaquin@uclv.edu.cu)

**Resumen:** La televisión local es un medio de comunicación cercano a sus audiencias. Las políticas que rigen las programaciones de dichos canales deben potenciar la participación de los públicos. Se plantea como objetivo de la investigación: 1) establecer una propuesta metodológica para investigar la participación de los sujetos que intervienen en la producción televisiva local. El estudio que se presenta clasifica como descriptivo con carácter teórico. Se emplearon en el nivel teórico los métodos: analítico-sintético, sistémico-estructural, histórico-lógico, inductivo deductivo. En el nivel empírico se utilizó la observación, el análisis documental clásico, el método estadístico-matemático, la encuesta y la triangulación de información. Las técnicas empleadas para la recogida y representación de los resultados fueron la revisión de documentos, el cuestionario y el análisis de redes sociales. Se diseñó una propuesta metodológica para determinar la participación de los sujetos que intervienen en las televisoras locales. Se favorece identificar las expresiones de participación de los sujetos en la producción televisiva, porque se investigan la implicación, los roles, funciones y relaciones instituidas para obtener un producto audiovisual.

***Abstract:*** *Local television is a means of communication close to its audience. The policies that govern the programming of these channels should enhance the participation of the public. The objective of the research is to: 1) establish a methodological proposal to investigate the participation of the subjects that intervene in local television production. The study presented is classified as descriptive with a theoretical character. The methods were used at the theoretical level: analytical-synthetic, systemic-structural, historical-logical, inductive deductive. At the empirical level, observation, classical documentary analysis, statistical-mathematical method, survey and information triangulation were used. The techniques used for the collection and representation of the results were the review of documents, the questionnaire and the analysis of social networks. A methodological proposal was designed to determine the participation of the subjects that intervene in local television stations. It is favored to identify the expressions of participation of the subjects in the television production, because the implication, the roles, functions and relationships instituted to obtain an audiovisual product are investigated.*

**Palabras Clave:** Participación; Producción televisiva; Propuesta metodológica

***Keywords:*** Participation; Television production; Methodological proposal

**1. Introducción**

La capacidad de la televisión como un medio de comunicación masiva para transmitir imágenes y sonido le confiere gran protagonismo en la sociedad. Los mensajes que se construyen en la televisión han influido en las necesidades de información y entretenimiento de los sujetos. Esencialmente bajo el modelo clásico de comunicación emisor-mensaje-receptor. Como consecuencia, constituye un instrumento de la globalización que se auxilia de la tríada “audio-escripto-icónico” (Cloutier, 2001, p.12).

La televisión concretamente desarrolla diversas funciones (comercial, expresiva, educativa, propagandística y publicitaria). Las televisoras constituyen el medio institucionalizado que dirige la relación televisión-programación-audiencia. En esta lógica la programación, es la planificación de los contenidos del medio en relación con las audiencias y "está dirigida hacia la producción o distribución de una serie continuada de textos" (Rosales, 2002, p. 15).

La producción televisiva consta de dos etapas: creativa (se desarrollan soluciones visuales y sonoras capaces de transmitir el mensaje para cumplir los objetivos del programa) y tecnológica (se determinan los medios técnicos y la capacidad de operarlos). Ambas etapas se ejecutan fundamentalmente a través de las actividades: idear, organizar, presupuestar, buscar financiación, realizar y controlar el cumplimiento de los objetivos. La producción televisiva “explota todas las posibilidades más avanzadas que el instrumento televisivo consiente técnicamente” (Wolf, 1987, p. 190).

El carácter público o privado de una televisora incide directamente en los contenidos que serán priorizados en sus programaciones. Tradicionalmente la televisión ha constituido un medio de comunicación dirigido por el estado o las empresas capitalistas. Mientras que “la televisión de titularidad estatal debe de cumplir, más que nunca, una función de servicio público” (Caffarel, 2005, p. 24), la que tiene un carácter privado es sometida a los contenidos que dictan los intereses comerciales. Lo anterior constituye la primera distinción del carácter de la televisión.

En el contexto descrito adquiere vital importancia el estudio de la participación en los procesos productivos de las televisoras. La participación generalmente se ha vinculado a las condicionantes legales que determinan el carácter público de un proceso social y sus garantías de acceso. Implica una relación entre sujetos que son conscientes de sus actos y que comparten determinadas metas de conducta y de acción. Valdés y Espina (2011) agregan que resulta determinante “la preponderancia de las soluciones colectivas sobre las individuales” (p. 44).

La monopolización de los soportes tecnológicos ha limitado la participación de la audiencia. El investigador Sartori (1998) refiere como un aspecto fundamental, la concentración de capitales generada por las comunicaciones masivas en algunos países industrializados. Lo anterior legitimó una estructura institucionalizada para perpetuar el discurso dominante. Las asimetrías se instauran desde los roles: iluminados por el conocimiento/control de la difusión masiva y consumidores homogéneos bombardeados por la omnipotencia de los mensajes.

El consumo es invariablemente afectado por la participación. A través del esquema emisor-receptor se ha relegado, a las audiencias, el rol de consumidores. Contradictoriamente puede establecerse que esta relación constituye un proceso conflictual generado por la desigual participación en la estructura productiva. El estudio de la participación en los medios de comunicación pone de manifiesto las instituciones y las relaciones sociales que hacen posible la producción y consumo de los mensajes.

El entorno institucional tradicionalmente ha constituido un espacio hegemónico en la producción de los medios de comunicación. El análisis de su estructura, organización, producción, circulación y consumo permite visualizar las limitaciones y posibilidades para la participación. Favorece identificar las formas de participación de los sujetos implicados. Se reconocen dos alternativas fundamentales en los medios de comunicación: 1) el trabajo conjunto con las instituciones y 2) el proceso paralelo a la acción de las mismas.

Los medios de comunicación funcionan mediante la cohesión de diversos sujetos que concurren con el objetivo de construir mensajes para las audiencias. En la producción televisiva se establecen vínculos entre los sujetos que favorecen la realización de diversas actividades. Los sujetos especializados en la producción televisiva desarrollan relaciones que favorecen su conformación como comunidad.

A decir de Alonso et al. (2009) la comunidad que se establece corresponde a una fase del desarrollo comunitario: comunidad para sí. Los sujetos implicados en esta comunidad adoptan identidad a partir de intereses comunes, pero desconocen la incorporación o derechos de otros sujetos foráneos a la institución. En la actividad de la producción televisiva existen distinciones en cuanto al rol que adopta cada sujeto involucrado, lo que genera diferentes formas de participación. Bourdieu (1966) coincide que estas variaciones dependen directamente de la posición de los sujetos en el campo.

La conformación de una comunidad para sí en una televisora, está dado por una racionalidad técnica. Martín-Barbero (2001) cuestiona la neutralidad de las tecnologías, pues contienen “mediaciones sociales, conflictos simbólicos e intereses económicos y políticos” (p.88). Las relaciones asimétricas entre productores y consumidores de mensajes se sustentan en prácticas divisorias. A criterio de Foucault (1983) dividen a los sujetos de los demás y los objetivan: loco/cuerdo, enfermo/sano o productores/audiencias.

El estudio de la participación que se genera entre los sujetos especializados en la producción televisiva no ha sido exhaustivamente descrito. En ocasiones, incorrectas interpretaciones de las políticas públicas inciden en detrimento de la participación de las audiencias. Se declara el carácter participativo de la producción televisiva. Desde las políticas se aborda la posibilidad de las audiencias para la construcción de contenidos. La práctica institucionalizada, fundamentalmente en los canales locales, no resulta coherente con lo establecido anteriormente. La existencia de una comunidad para sí entre los sujetos especializados que ejecutan la producción televisiva, excluye la participación de las audiencias. Se plantea como objetivo de esta investigación: 1) establecer una guía metodológica para investigar la participación de los sujetos que intervienen en la producción televisiva local.

**2. Metodología**

El estudio que se presenta clasifica como descriptivo con carácter teórico. Presenta un enfoque mixto. Se emplearon métodos en los niveles teórico: analítico-sintético, sistémico-estructural, histórico-lógico, inductivo deductivo. En el nivel empírico se utilizó la observación, el análisis documental clásico, el método estadístico-matemático, la encuesta y la triangulación de información. Las técnicas empleadas para la recogida y representación de los resultados fueron la revisión de documentos, el cuestionario y el análisis de redes sociales. Destaca en la investigación el análisis de redes sociales: permitió identificar las relaciones entre los sujetos que intervienen en la producción televisiva y como se expresa la participación atendiendo a las actividades que se desarrollan en el proceso.

El análisis de redes sociales es una metodología de investigación que ha cobrado gran importancia entre la comunidad académica y científica, entre otros. La técnica ofrece la posibilidad de entender estructuras sociales que componen la sociedad. Su uso permite comprender múltiples procesos sociales, económicos, empresariales, culturales, políticos, ambientales, comunitarios. Generalmente estudia la conducta de los individuos a nivel micro, los patrones de relaciones (la estructura de la red) a nivel macro, y las interacciones entre los dos niveles. Son una forma de entender que el mundo es un tejido, donde todo está interconectado, siendo que los elementos son interdependientes (Delgado et al., 2006).

Según Sanz (2003) las redes sociales son un conjunto de técnicas de análisis para el estudio formal de las relaciones entre sujetos y para analizar las estructuras sociales que surgen de la recurrencia de esas relaciones o de la ocurrencia de determinados eventos, a partir de algoritmos relativamente estandarizados. Los elementos centrales de las redes sociales son:

Los actores: están representados por los nodos en el grafo y pueden ser individuos, grupos o instituciones. Bajo un mismo grafo pueden vincularse distintos tipos de actores.

Las relaciones entre ellos: representan una conexión entre un par de actores. Estas relaciones pueden categorizarse en: 1) teniendo en cuenta la direccionalidad de la relación, podemos encontrarnos con dos tipos de relaciones: a) transitiva, cuando la relación es recíproca (la relación de A con B es la misma que entre B y A), y b) directa, cuando existe un actor activo y uno pasivo (que el individuo A tenga relación con el individuo B no implica que B tenga esa misma relación con A). 2) Teniendo en cuenta la densidad de la relación, cuando la relación puede ser cuantificada y podemos estudiar las cantidades que fluyen en la red entre nodo y nodo

Los límites de la red: son el criterio que determina la pertenencia o membrecía de los actores a la red; denota el cierre social de esa red. El límite de la red debe guardar una estrecha relación lógica con la relación que constituye esa red, ya que es el tipo de relación el que determina qué sujetos participan de ella.

**3. Resultados y discusión**

Los sujetos que intervienen en la producción televisiva poseen diferentes roles que determinan su participación. Por lo general la audiencia no es considerada como uno de los sujetos dentro del proceso productivo, contrario a lo establecido en las políticas de los medios. Se identifica la ausencia de una metodología que permita diagnosticar la participación los sujetos que desarrollan la producción televisiva. A partir de la situación anterior se proponen los siguientes pasos que favorecerán el análisis de la participación en las rutinas productivas de las televisoras:

1. Análisis del contexto

Se deberá realizar una descripción del escenario donde se ubica la televisión (particularizar en los aspectos económicos, sociales y políticos que condicionan la actividad productiva en los canales de televisión). Del mismo modo se deberá caracterizar las televisoras: misión, visión, cantidad de sujetos que laboran en la televisora y la distribución por departamentos (en caso de existir). Se deberá identificar la cantidad de sujetos que ostentan algún nivel de especialización en la producción televisiva. Durante el desarrollo del presente paso será necesario especificar si se desarrolla alguna actividad publicitaria que condicione la tipología de programas que se favorecen. El investigador expondrá brevemente si la televisora forma parte de alguna estrategia del Estado para favorecer instituciones de carácter público o si la institución se sustenta mediante las aportaciones de patrocinios publicitarios. Resulta indispensable identificar la existencia de espacios, recursos o profesionales dedicados al tratamiento de los documentos audiovisuales (procesamiento, almacenamiento, conservación, utilización, etc.).

2. Caracterización de la producción televisiva

Para el desarrollo del presente paso el investigador seguirá las siguientes pautas:

1. Cantidad, géneros y frecuencia de programas que se emiten. Lo cual puede representarse a partir de la Tabla I.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Título del programa** | **Género** | **Duración** |
|  |  |  |

**Tabla I:** Relación de los títulos, géneros y duración de programas producidos por la televisora (fuente: elaboración propia)

1. Breve valoración de la programación: consiste en establecer criterios y juicios sobre la correspondencia de la programación con la misión de la televisora. En caso de constituir una televisora local se debe indicar la coherencia de los contenidos de los programas con las necesidades de identificación con el contexto que demandas las audiencias. Se deberá reflejar si existe en la televisora un balance de programas que posibilite cubrir las necesidades de información, educación y entretenimiento de las audiencias.

3. Definición de roles y funciones en torno a la producción televisiva

Para el desarrollo del presente paso se deberán seguir las siguientes pautas:

1. Identificación de roles y funciones: Se identificarán los roles asignados generalmente a los sujetos de forma institucional (director de la televisora, jefe de programación, directores de programa, asesor, editores, camarógrafos, videotecario), y la función que desarrollan en la producción televisiva descrita en la Tabla II.

|  |  |
| --- | --- |
| **Roles** | **Funciones** |
| Director de la televisora | Es el encargado de orientar y controlar todos procesos de la institución, basados en su misión y su visión. Generalmente son sujetos con formación profesional, aunque no necesariamente tienen conocimientos especializados en torno a la producción televisiva. Tienen función administrativa. |
| Jefe de programación | Es el encargado de orientar y controlar la producción televisiva, responsable en la construcción de la agenda temática de la televisora. Generalmente pertenece al consejo de dirección de las instituciones televisivas. Encargado de diagnosticar la programación y a partir de investigaciones de consumo, aprobar la creación de nuevos programas televisivos, la permanencia de otros, o la eliminación definitiva. Define los géneros que se producirán con sus respectivas frecuencias acorde a las preferencias de las audiencias y los presupuestos de la institución. |
| Director de programas | Dirige los sujetos que intervienen en la producción televisiva. Tiene a su cargo la supervisión y el control de las actividades que se realizan en las etapas creativa y tecnológica. Generalmente tiene alguna especialización en el tratamiento del audiovisual, que le permite producir textos visuales para satisfacer las necesidades informativas, educativas y de entretenimiento de las audiencias. |
| Asesor | Aunque centra su actividad fundamentalmente en la etapa creativa, este sujeto aporta valoraciones y sugerencias al director de programas y a otros implicados durante el proceso de producción televisiva. El asesor es el encargado de controlar que la agenda temática de la institución se cumpla a partir de la elaboración textos visuales coherentes con los objetivos que se traza la televisora. Debe apoyar todas las actividades de la producción televisiva por lo tanto su especialización en torno al audiovisual se considera un requisito indispensable |
| Editor | Forma parte de los sujetos que desarrollan su actividad en la etapa tecnológica. Debe poseer especialización en procesadores de textos, imágenes y sonido. Aporta soluciones visuales ante las demandas del director de programas. Debe comprender el objetivo del programa para recomendarle al director de programa las imágenes apropiadas para construir un mensaje coherente. |
| Camarógrafo | Forma parte de los sujetos que desarrollan su actividad en la etapa tecnológica. Debe poseer especialización en las tecnologías ópticas que posibilitan la grabación de la imagen y el sonido. Del mismo modo debe conocer el lenguaje del audiovisual (planos, movimientos de cámara, angulaciones, iluminación, sonido). |
| Videotecario | Debe conocer el conjunto de técnicas y herramientas que permiten de forma directa el análisis y la comprensión de imágenes y sonidos para un mejor terminado del audiovisual. Debe utilizar las normas, procedimientos, metodologías u otras acciones para la organización de la información audiovisual, lo cual favorecerá la búsqueda y recuperación de programas televisivos. |
| Instituciones asociadas con la temática de la producción televisiva | Deben facilitar a los directores de programas toda la información necesaria para desarrollar la temática abordada con veracidad. Deben apoyar la televisora local con especialistas para que participen en sus programas y se logre alcanzar un mayor nivel de especificidad en la temática abordada. Las instituciones deben enviar temáticas a la televisora para contribuir en la conformación de la agenda temática y favorecer la confección de una programación acorde con las demandas de las autoridades de la localidad. |

**Tabla II:** Roles y funciones que se desarrollan en la producción televisiva (Fuente: elaboración propia)

Además de los roles mencionados existen otros (sonidista, escenógrafo, utilero, luminotécnico, maquillaje y peluquería) que, aunque inciden en la producción televisiva, no determinan la misma.

1. Identificación de instituciones que inciden en la producción televisiva: el investigador indagará sobre las instituciones que se relacionan con las televisoras e inciden en sus contenidos. Por lo general esta relación se establece a través de mensajes de bien público o mediante patrocinios que condicionan determinados mensajes.
2. Identificación de actividades que se desarrollan en la producción televisiva: la producción televisiva se desarrolla fundamentalmente en las etapas creativa y tecnológica. Las actividades que por lo general se realizan son: 1) orientación de las temáticas priorizadas, 2) cobertura en la parrilla televisiva, 3) concepción de la idea, 4) elaboración del guion, 5) búsqueda, recuperación o grabación de las imágenes, 6) búsqueda, recuperación o grabación del sonido, 7) edición de textos, sonido e imagen, correcciones, trasmisión. Aunque se enuncian estas actividades para la producción televisiva, se reconoce que estas son variables de acuerdo a la institución que las genera.

4. Diagnóstico de la participación de los sujetos que inciden en la producción televisiva

Para el desarrollo de este paso el investigador deberá seguir las siguientes pautas de los autores Alonso y Jara (2016):

1. Involucramiento en la actividad

* Formulador: persona natural o jurídica que expresa un mandato y/o una proposición
* Ejecutor: encargado de efectuar las acciones concebidas para la realización de la actividad
* Colaborador: encargado de auxiliar en la ejecución de las acciones.
* Destinatario: persona natural o jurídica a quien va dirigida o destinada las acciones del proyecto

1. Fases de involucramiento en la actividad

* Demanda: solicitud de acciones a realizar en torno a una problemática situación concreta.
* Toma de decisión: determinación de acciones a ejecutar en la práctica.
* Implementación: ejecución de acciones en la práctica.
* Control: fiscalización del cumplimiento de las acciones en la realización de la actividad.

5. Valoración de los resultados

**4. Conclusiones**

Se diseña la propuesta metodológica para investigar la participación de los sujetos que intervienen en la producción televisiva. Se determinan las etapas creativa y tecnológica y se identifican las actividades que se desarrollan durante cada una. Se analiza el entorno institucional como condicionante de la producción televisiva. La propuesta permite ajustar la pesquiza a las características identitarias de la televisora que se investigue. Lo cual favorece generalizar la investigación a variados contextos, independientemente de sus particularidades.

La propuesta reconoce a las audiencias como parte integrante de la producción televisiva. Al respecto es válido apuntar que existe diversidad entre las clasificaciones asignadas para los consumidores de los contenidos de las televisoras. Se aborda la categoría de público, lo cual hace referencia fundamentalmente a un entorno institucional, donde se reconocen públicos internos y públicos externos. Este aspecto ubica a las audiencias en una posición ajena a la institución.

**5. Referencias bibliográficas**

1. Alonso, J.; Rivero, R.; Riera, C. M. (2009). Fundamentos conceptuales y metodológicos del autodesarrollo comunitario como alternativa emancipadora. Taller Provincial de las Ciencias Sociales. Santa Clara.
2. Alonso, J.; Jara, D. (2016). Participación diferenciada en proyectos de desarrollo. Simposio Internacional CIPS. Ciudad de la Habana.
3. Bourdieu, P. (1966). Campo intelectual y proyecto creativo. <Disponible en <http://clafen.org/cursos/mod/resource/view.php?id=75>> [Consulta: 13/09/2017].
4. Caffarel, C. (2005). Es posible una televisión de calidad. *Comunicar*, 25(2005), 23-27.
5. Cloutier, J. (2001). *Petit traité de communication*. Montréal: Éditions Carte blanche.
6. Delgado, E.; Torres, D.; Jiménez, E.; Ruiz, R. 2006. Análisis bibliométrico y de redes sociales aplicado a las tesis bibliométricas defendidas en España (1976-2002): temas, escuelas científicas y redes académicas. *Revista española de documentación científica*, 29, 493-524.
7. Foucault, M. (1983). *El sujeto y el poder Representación, discurso y poder*. Chicago: Chicago University Press.
8. Martin Barbero, J. (2001). *Claves de debate/ televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención*. Bogotá: FES/Promefes.
9. Paz, L.E.; Hernández, E.A.; González, E. (2016). Conservación de soportes materiales audiovisuales: El caso de la televisora comunitaria Centro Norte Televisión, Cuba. *Revista Infoacceso*, 2(1), 1-15.
10. Rosales, E. (2002). *Estética y medios de comunicación. Sueños que el dinero puede comprar*. Madrid: Tecnos.
11. Sanz, L. (2003). Análisis de Redes Sociales: o como representar las estructuras sociales subyacentes. *Apuntes de Ciencia y Tecnología*, 7(2003), 21-29.
12. Sartori, G. (1998). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
13. Valdés, J.; Espina, M. (2011). *América Latina y el Caribe: La política social en el nuevo contexto Enfoques y experiencias*. Montevideo: UNESCO.
14. Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones Paidós.