

# ENFOQUE PARTICIPATIVO EN LA PRODUCCIÓN Y CONSUMO DE TELEVISIÓN: MODELO PARA LAS COMUNIDADES DE PRÁCTICA

Eduardo Alejandro Hernández Alfonso<sup>1\*</sup>; Luis Ernesto Paz Enrique<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México.

**Resumen:** Los textos audiovisuales demandan una combinación de actividades entorno a la representación y decodificación. El proceso se encuentra condicionado por diferentes roles en los procesos de producción y consumo televisivo. Se plantea como objetivo de la investigación: diseñar un modelo de producción para las comunidades de práctica televisiva local que favorezca la construcción colectiva de mensajes. La investigación que se presenta clasifica como investigación descriptiva con aporte teórico. Se emplean métodos en el nivel teórico y empírico para la recogida de información. El modelo diseñado incluye la participación en la práctica de la televisión ya que constituye una categoría clave para democratizar el acceso y producción a los documentos audiovisuales. Al permitir la participación de la audiencia en la creación de contenido televisivo, se abre la posibilidad de que las voces y perspectivas de una diversidad de grupos sociales sean representadas y difundidas a través de los medios.

**Palabras clave:** producción televisiva, participación, comunidades de práctica

Recibido: 28 de junio de 2022. Aceptado: 18 de diciembre de 2022

Received: June 28th, 2022. Accepted: December 18th, 2022

## PARTICIPATORY APPROACH IN TELEVISION PRODUCTION AND CONSUMPTION: MODEL FOR COMMUNITIES OF PRACTICE

**Abstract:** Audiovisual texts demand a combination of activities around representation and decoding. The process is conditioned by different roles in the television production and consumption processes. The objective of the research is: to design a production model for communities of local television practice that favors the collective construction of messages. The research that is presented is classified as descriptive research with theoretical contribution. Methods are used at the theoretical and empirical level for the collection of information. The designed model includes participation in the practice of television since it constitutes a key category to democratize access and production of audiovisual documents. By allowing audience participation in the creation of television content, it opens the possibility for the voices and perspectives of a diversity of social groups to be represented and disseminated through the media.

**Keywords:** television production, participation, communities of practice

## INTRODUCCIÓN

Las rutinas televisivas se refieren a los patrones y formatos establecidos en la televisión, como la duración y el formato de los programas, el estilo de la narrativa, los géneros, etc. Al seguir estas rutinas, se pueden producir productos audiovisuales que se ajusten a las expectativas de los espectadores y tengan más posibilidades de éxito. Tal proceso transcurre desde varias etapas por ello es preciso identificar los elementos que intervienen en el proceso y que contribuyen al trabajo del equipo técnico y creativo (Hernández y Paz, 2021a).

La producción televisiva se divide en dos etapas principales: la etapa creativa, en la que se desarrollan soluciones visuales y sonoras para transmitir el mensaje y cumplir los objetivos del programa, y la etapa tecnológica, en la que se determinan los medios técnicos necesarios y la capacidad para operarlos.

Fomentar la participación en la representación de la realidad es democratizar la cultura. La televisión y otros medios de comunicación han hegemonizado los modos de producción e instaurado patrones para producir imágenes sobre las sociedades. Tal situación ha derivado en una tendencia monopólica en las telecomunicaciones, así como maximizado el apego a las exigencias del mercado (Giraldo, 2016). En ese panorama se anula la posibilidad de producir un audiovisual compartido por la comunidad, en tanto la cultura dominante extiende sus mecanismos de reproducción. Desde otra perspectiva emergente se plantea el rediseño de las políticas públicas para los medios de comunicación que reconozca el vínculo y la contradicción como dinamizadores de la

acción social (Riera y otros, 2018).

La situación anteriormente descrita se genera específicamente mediante los intereses políticos y económicos de las transnacionales mediáticas. Por ello la participación de las audiencias en los procesos productivos puede ser una alternativa para que las personas compartan sus experiencias y se conecten con otros grupos sociales (Hernández, 2022a). En algunos casos, estos programas pueden permitir que se visibilicen y se aborden cuestiones sociales importantes que de otra manera podrían ser ignoradas o minimizadas.

La investigación de la comunicación pública es una necesidad contemporánea (Demers y Lavigne, 2007) y una vía para dinamizar la democracia en virtud de los derechos humanos (Portales, 1991). La inexistencia de un modelo de producción y consumo que oriente la producción televisiva desde las etapas creativa y tecnológica deviene en una limitación para los participantes. Sin embargo, otra de las causantes de la problemática radica en la reproducción del conductismo desde el ámbito académico y por ende legitimador de polarizaciones: productores que conocen, consumidores ignorantes y bombardeados por intereses políticos y económicos. A partir de la situación anteriormente declarada se plantea como objetivo de la investigación: diseñar un modelo de producción para las comunidades de práctica televisiva que favorezca la construcción colectiva de mensajes.

## METODOLOGÍA

El estudio clasifica como descriptivo con aporte teórico. Se centra en identificar los

presupuestos teóricos para facilitar la participación desde las comunidades de práctica en los medios televisivos locales. Se realiza una fundamentación empleando los referentes conceptuales de la alfabetización mediática e informacional. Se emplean métodos en el nivel teórico y empírico para la recogida de los datos, entre ellos: analítico-sintético, sistémico-estructural, histórico-lógico, inductivo deductivo, el análisis documental clásico y la modelación. Asimismo, se empleó como técnica la revisión de documentos para la ubicación de fuentes teóricas relevantes acerca del tema en cuestión. En esta investigación, se consideraron la dimensión histórica, lógica y social.

## DESARROLLO

### **Diseño de un modelo de producción en las comunidades de práctica televisiva local**

La producción televisiva a escala global puede reflejar y transmitir ideologías, valores y creencias. Por ello puede afirmarse que los medios de comunicación, incluyendo la televisión, pueden influir en la forma en que las personas piensan, sienten y actúan, y que a veces refuerzan – perpetúan relaciones de poder desiguales y sistemas de opresión simbólica. Se perpetúan estereotipos y prejuicios sobre grupos sociales que pueden influir en la forma en que las personas perciben y tratan a determinadas comunidades.

Se relaciona un impacto significativo en las comunidades en las que se transmiten los programas. La televisión constituye una herramienta poderosa de socialización en términos de educar e informar a la audiencia.

Sin embargo, también es importante hacer consciente sus efectos, sobre todo los negativos<sup>1</sup> y de ese modo trabajar para minimizarlos.

En las comunidades de práctica televisiva local, el modelo de producción puede variar dependiendo de diversos factores, como el presupuesto disponible, el tipo de programa que se está produciendo y los recursos humanos y técnicos disponibles.

Sin embargo, en general, el proceso de producción de un programa de televisión en una comunidad de práctica televisiva local puede seguir los siguientes pasos:

- **Desarrollo de la idea:** El primer paso es desarrollar una idea para el programa, lo que puede involucrar la colaboración de varios miembros de la comunidad de práctica. Esta idea se puede basar en una necesidad identificada por la comunidad, un tema de interés local o un evento relevante que se esté llevando a cabo.
- **Preproducción:** Una vez que se ha desarrollado la idea, se procede a la preproducción. Esto puede incluir la creación de un guion, la selección de los talentos que participarán en el programa y la determinación del equipo técnico necesario para llevar a cabo la producción.
- **Producción:** Durante la producción, se llevan a cabo las grabaciones necesarias para el programa. Esto puede incluir la grabación de entrevistas, escenas de acción o cualquier otra cosa necesaria para el programa.

<sup>1</sup> La promoción de estereotipos, la normalización de comportamientos perjudiciales y la creación de una

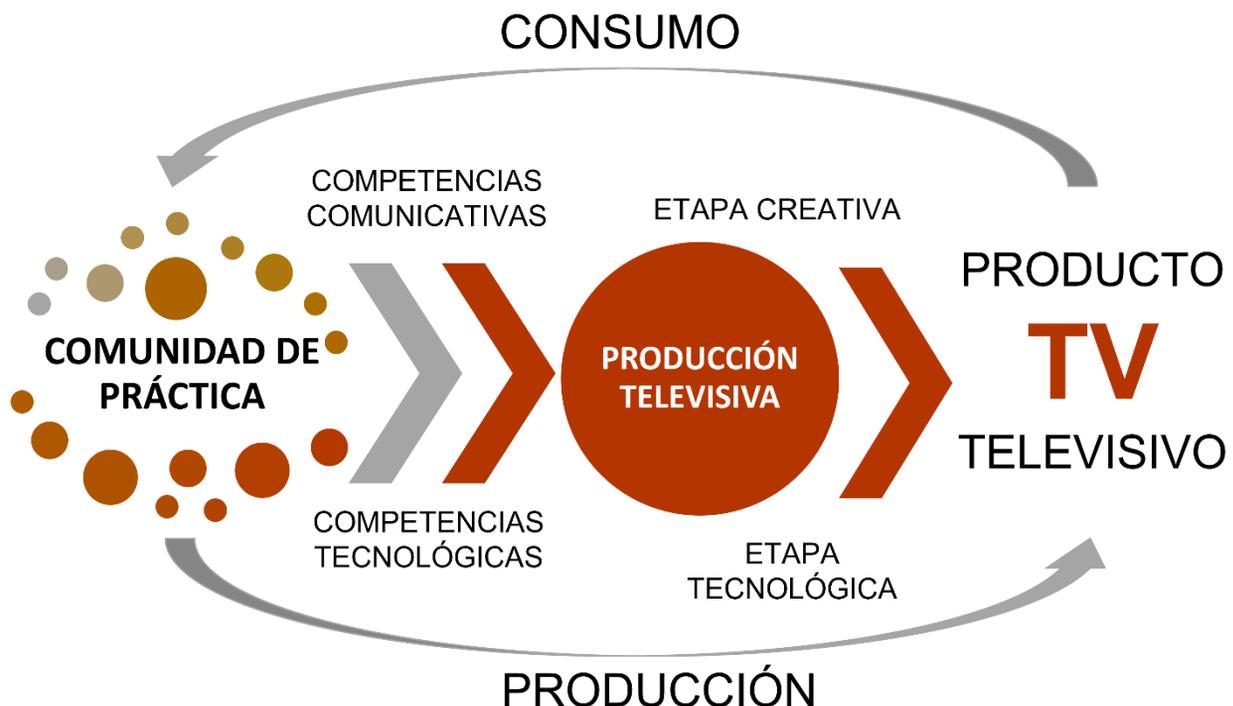
cultura del consumismo.

- **Postproducción:** Después de que se han completado las grabaciones, se procede a la postproducción. Esto puede incluir la edición de video y audio, la inclusión de música y efectos de sonido, la creación de títulos y gráficos, entre otros aspectos.
- **Distribución:** Finalmente, se distribuye el programa a través de los medios disponibles, como canales de televisión local, plataformas en línea o DVD.

televisiva local y su correspondencia con las necesidades y habilidades de su rol puede observarse en el Gráfico 1.

El modelo presentado refleja la producción televisiva que debe desarrollarse en el marco de un canal local. Para la comprensión del modelo se establece una definición de cada componente del proceso de producción televisiva.

Es importante tener en cuenta que, en una comunidad de práctica televisiva local, es probable que los recursos sean limitados. Por lo tanto, es posible que algunos de estos pasos se lleven a cabo de manera más informal y que se hagan ajustes en el proceso para adaptarse a las limitaciones de recursos. La asignación de personas a la producción



**Gráfico 1:** Modelación de producción y consumo para las comunidades de práctica televisiva. (Fuente: elaboración propia).

## Comunidad de práctica:

se constituye por un grupo de personas que comparten intereses y objetivos comunes en un área de conocimiento o práctica en particular, y que se reúnen regularmente para colaborar, compartir información, aprender y mejorar sus habilidades en ese campo. Las comunidades de práctica pueden ser formales o informales, y pueden tener miembros de diferentes niveles de experiencia y conocimientos. Las comunidades de práctica pueden ser muy valiosas para el aprendizaje y el desarrollo profesional, ya que permiten a los miembros compartir ideas, discutir problemas y desafíos, y aprender unos de otros. También pueden proporcionar una red de apoyo y una fuente de información y recursos útiles. Las comunidades de práctica televisiva pueden reunirse de manera presencial o en línea, y pueden organizarse en torno a temas específicos en la etapa creativa o tecnológica: como la producción de programas de televisión, la escritura de guiones, la dirección de televisión, la edición de video, entre otros.

## Competencias tecnológicas:

Algunas de las competencias tecnológicas más importantes en las comunidades de práctica televisiva incluyen:

- **Conocimientos técnicos:** Los profesionales de la televisión deben estar familiarizados con las herramientas y tecnologías utilizadas en la producción televisiva, como cámaras, luces, micrófonos, editores de video, software de animación y herramientas de postproducción.

- **Edición de vídeo:** La capacidad de editar video es fundamental para la producción televisiva. Los profesionales de la televisión deben saber cómo editar el material de video para crear secuencias coherentes y atractivas.
- **Conocimientos de audio:** La calidad del audio es tan importante como la calidad del video en la producción televisiva. Los profesionales de la televisión deben saber cómo grabar y editar el audio para asegurarse de que sea aportador en sentido que se transmite.
- **Conocimientos de codificación:** La codificación es la base de la producción televisiva digital. Los profesionales de la televisión deben tener una comprensión sólida de los lenguajes de codificación utilizados en la producción televisiva.
- **Conocimientos de tecnología de la televisión:** La tecnología de la televisión está en constante evolución y los profesionales de la televisión deben estar al día con las últimas tendencias y tecnologías. Deben estar familiarizados con los televisores de alta definición, los sistemas de transmisión digital y los sistemas de streaming en línea.

## Competencias comunicativas:

Las competencias comunicativas están asociadas a la construcción de los mensajes y la distribución de los contenidos que se pretenden representar. Se manifiestan desde dos perspectivas: producción y el consumo. Producción:

- Identificación de la audiencia: las comunidades de práctica televisiva deben identificar a su audiencia objetivo para crear contenido relevante y atractivo.
- Generación de ideas: se deben generar ideas de contenido basándose en las necesidades y preferencias de la audiencia.
- Selección y desarrollo de ideas: se seleccionan las mejores ideas y se desarrollan en conceptos de programas completos.
- Producción de contenido: se produce el contenido del programa televisivo siguiendo el concepto y guion previamente establecidos.
- Retroalimentación: los espectadores proporcionan retroalimentación a la comunidad de práctica televisiva sobre el contenido para mejorar la calidad y relevancia de los programas.

### **Producción televisiva:**

La producción televisiva se puede dividir en dos etapas esenciales: creativa y tecnológica. La etapa creativa implica la concepción y desarrollo del contenido que se va a producir. En esta etapa se realiza la escritura de guiones, la creación de personajes, el diseño de escenarios, la selección de actores y el diseño de la estructura narrativa del programa. Es en esta etapa donde se decide el género del programa, el público objetivo y el enfoque general del proyecto.

La etapa tecnológica, por otro lado, se refiere a la implementación práctica del proyecto y su distribución. Esto incluye la producción real del programa, la grabación, la edición, la postproducción, la selección de la música y los efectos de sonido, así como la transmisión del programa en la televisión o en línea.

Ambas etapas son igualmente importantes para la producción televisiva exitosa. La etapa creativa es esencial para la creación de un contenido atractivo e interesante para el público, mientras que la etapa tecnológica asegura que el contenido sea producido y transmitido de manera efectiva y eficiente. Es importante tener en cuenta que, aunque estas dos etapas se dividen claramente, hay una interdependencia entre ellas, ya que la creatividad puede verse limitada por las restricciones técnicas y la tecnología puede influir en la forma en que se desarrolla el contenido creativo.

### **Consumo:**

- Identificación de la comunidad: los espectadores identifican las comunidades de práctica televisiva que comparten sus intereses.
- Selección de programas: los espectadores seleccionan los programas que quieren ver basándose en sus intereses y preferencias.
- Consumo de contenido: los espectadores consumen el contenido de los programas televisivos a través de los canales disponibles.
- Participación: los espectadores participan en la comunidad de práctica televisiva a través de las redes sociales, foros y otros canales para comentar y discutir el contenido.

## Producto televisivo:

Un producto televisivo realizado desde una comunidad de práctica es un programa de televisión que se produce con la participación de un grupo de personas que comparten intereses, habilidades y conocimientos en un área específica. Esta comunidad de práctica puede estar compuesta por profesionales de la televisión, como productores, directores, guionistas y técnicos, así como por personas con experiencia en el tema que se aborda en el programa, como expertos, activistas o representantes de la comunidad. En este tipo de producción televisiva, la comunidad de práctica colabora en la creación y ejecución del programa, compartiendo ideas, conocimientos y recursos para garantizar que el resultado final refleje de manera precisa y auténtica las preocupaciones, necesidades y perspectivas de la comunidad.

Esto puede incluir la selección de los temas que se abordarán en el programa, la investigación y el análisis de estos, la identificación de los expertos y participantes adecuados, y la definición del formato y el estilo del programa. Un producto televisivo realizado desde una comunidad de práctica es un programa de televisión que se crea con la participación de una comunidad de personas que comparten un interés común y un conocimiento especializado en un tema determinado. Este enfoque puede ayudar a asegurar que el producto final refleje de manera auténtica las necesidades, preocupaciones y perspectivas de la comunidad, y puede generar un mayor nivel de compromiso y participación por parte de la audiencia.

## CONCLUSIONES

La producción televisiva convencional restringe la participación de las audiencias en la creación de los mensajes. Por ello resulta necesario diseñar estrategias y modelos que fomenten el vínculo de los productores y consumidores y trasciendan el enfoque unidireccional de este medio de comunicación. Al reunir ambos roles en una comunidad de práctica televisiva, donde la información se recibe, procesa, reconfigura y luego se aplica en la vida cotidiana, se convierten en agentes de cambio que transforman su realidad.

Un programa televisivo que se basa en la participación como su característica fundamental, brinda la oportunidad de transmitir las voces, vidas y aspiraciones de todos aquellos involucrados en el proceso. Para ello la comunicación pública debe adquirir mayor coherencia con la investigación social y la práctica democrática.

El ciclo que se establece dentro de las comunidades de práctica televisiva local implica la participación tanto en la producción como en el consumo. En el modelo se representa cada iteración para crear un producto televisivo asimismo el modo en que ello permite desarrollar competencias en tecnología y comunicación.

## REFERENCIAS

Demers, F.; Lavigne, A. (2007). La comunicación pública: una prioridad contemporánea de investigación. *Nueva época*, 7(2007), 65-87.

Giraldo, M. (2016). La privatización de las telecomunicaciones en Colombia. El rol de las empresas públicas en el nuevo marco

institucional. *Gestión y Política Pública*, 25(1), 81-117.

Hernández Alfonso, E., Caballero Rivacoba, M. T. y Paz Enrique, L. E. (2022). La participación en la producción televisiva del spot de bien público. La experiencia de Centro Norte Televisión (CNTV) en Cuba. *Signo y Pensamiento*, 41(2022), 1-14.

Hernández, E.A.; Paz, L.E. (2021). El spot de bien público: aproximación teórica y conceptual. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 146(2021), 183-198.

Portales, D. (1991). La contribución democrática de la televisión. *Comunicación y Sociedad*, 10(1991), 129-165.

Riera Vázquez, C. M., Paz Enrique, L. E., y Hernández Alfonso, E. A. (2018). Consideraciones sobre el desarrollo comunitario. *Investigación y Desarrollo*, 26(1), 29-43.