

EJE DE FORMACIÓN EN INVESTIGACIÓN

MONOGRAFÍA

TENSIÓN SOCIO-CULTURAL DEL TELEVISOR

Autor(es)

María Cristina Correa Sierra

Carlos Andrés Rojas Correa

Asesor(s)

Juliana Cuervo

Juan David Jaramillo

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

FACULTAD DISEÑO INDUSTRIAL

MEDELLÍN – ANTIOQUIA

2018

1. INTRODUCCIÓN	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
3. OBJETIVOS	2
4. JUSTIFICACIÓN	3
5. MARCO CONCEPTUAL	3
5.1 Tensión Sociocultural	5
5.2 Hogar	6
5.2.1 Dinámicas domésticas	8
5.3 Televidente	10
5.4 Nueva Semiótica	10
5.4.1 Realidades planeadas	11
6. MARCO METODOLÓGICO	12
6.1. Tipo de investigación	12
6.2. Nivel de profundidad de la investigación	13
6.3. Diseño de la investigación	14
6.4. Población y muestras	14
6.5. Técnicas y herramientas	15
7. ARTICULO: RESULTADO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	15
1. INTRODUCCIÓN	15
2. JUSTIFICACIÓN	16
3. METODOLOGÍA	16
3.1 Muestra	17
4. RESULTADOS	18
5. CONCLUSIONES	23
8. ANEXOS	27
Anexo 1	27
Anexo 2	27
9. REFERENCIAS	31

Lista de Figuras

1. Figura 1. Bienes y Servicios por Hogar según el DAN.....	2
2. Figura 2. Televisor 1930.....	4
3. Figura 3. Televisor 1960.....	4
4. Figura 4. Relación entre Hogar, Vivienda y Casa.....	7
5. Figura 5. Encuesta: Condiciones de vivienda.....	19
6. Figura 6. Encuesta: Importancia del televisor.....	20
7. Figura 7. Televisor como parte de la intimidad del hogar.....	20
8. Figura 8. Encuesta: tiempo de uso del televisor.....	21
9. Figura 9. Encuesta: Televisor como objeto infaltable.....	21
10. Figura 10. Vivienda de Catalina Córdoba.....	21
11. Figura 11. Encuesta: Actividades realizadas junto con el televisor.....	22
12. Figura 12. Encuesta: Acompañamiento al ver televisión.....	22
13. Figura 13. Disposición de los objetos en pro del televisor.....	23
14. Figura 14. Presencia del televisor en la habitación.....	23
15. Figura 15. Encuesta: Televisor como agente socializador.....	23
16. Figura 16. Encuesta: estado socio-económico que brinda el televisor.....	24
17. Figura 17. Mapa de distribución del televisor.....	24
18. Figura 18. Redistribución del espacio.....	26

Lista de Tablas

1. Tabla 1. Actividades del Marco Metodológico.....	27
2. Tabla 2. Técnicas para responder a los objetivos del proyecto.....	28

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objeto de investigación el impacto del artefacto televisor en la sociedad. Basados en las áreas de investigación no solo del diseño industrial, sino también, desde la antropología, sociología y psicología; se logró plantear un análisis de dicho artefacto en de los espacios u hogares, que determina y modifica propiamente las prácticas domésticas que allí se dan, reconociendo las principales ubicaciones que tiene el televisor en las múltiples estructuras de vivienda, así mismo, identificando estos cambios e interpretando que valoraciones se le dan y se le han dado al mismo, desde estos espacios. El televisor es un mueble que organiza en muchos casos la distribución en un espacio reservado en el hogar para la convivencia, es un objeto que puede preceptuar, es decir que puede dar o dictar un orden, que, codifica los distintos lugares dentro de una vivienda y al cual las mismas personas le dan una organización muy característica ejerciendo prácticas y acciones alrededor de él, ocupando en estos lugares el punto estratégico donde llegan todas las miradas, unifica el núcleo social (o lo divide) de manera particular para la contemplación de la “pequeña pantalla” tomando asiento en el sofá y dejando cada vez más a un lado la reunión circular alrededor de la mesa, dando paso a un nuevo fenómeno social y personal alrededor de todos los significados que a este objeto (televisor) se le ha otorgado. A partir de allí autores como Federico Medina, Juan Diego Sanín y Omar rincón, permitieron el acercamiento desde lo conceptual para finalmente obtener unos hallazgos y resultados propios del trabajo de campo realizado.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Pregunta Problematicadora:

¿Cómo el televisor se convierte en el objeto codificador de espacios y prácticas actualmente en los hogares de la ciudad de Medellín?

Actualmente el fenómeno cultural que se vive no solo en la ciudad de Medellín, si no en muchos más lugares, sobre la presencia del televisor como objeto central y primordial en los hogares, se puede comenzar a notar con mucha más frecuencia e intensidad. El televisor es un objeto eléctrico que desde su función principal permite la recepción y reproducción de señales de televisión, la cual transmite por medio de una pantalla realidades e imaginarios; que en definitiva hacen de este, el electrodoméstico número uno en los hogares.

Según datos y cifras investigadas, se arrojan resultados destacables sobre el uso y la obtención de este objeto en diferentes hogares, datos que demuestran que hay presencia de televisores en casi todos los diferentes tipos de vivienda... El DANE por su parte, confirmó que, en Colombia, “Por encima de la estufa eléctrica, la nevera y la licuadora, el televisor es el electrodoméstico más importante en los hogares colombianos, sin importar la condición social” (2009).

Hace aproximadamente 50 años los televisores eran escasos, solo personas con cierto estatus social podían tenerlos, unían a sus familiares y amigos y juntos veían lo que se transmitía. A medida que pasa el tiempo, las personas por muy modestas económicamente que fueran, deseaban tener uno, pues por un lado su estatus podía aumentar y por otro sus actividades

podrían cambiar; así mismo se pueden acercar a lugares increíbles e imaginables o simplemente cosas que nunca podrían tener, pero que con el solo hecho de apreciarlas se sentían satisfechos.

Según las cifras del DANE, pudimos encontrar que en 2013 el 91,7% de hogares contaba con al menos un televisor ya sea convencional o LCD, plasma o LED. (Figura 1-Grafico 19).

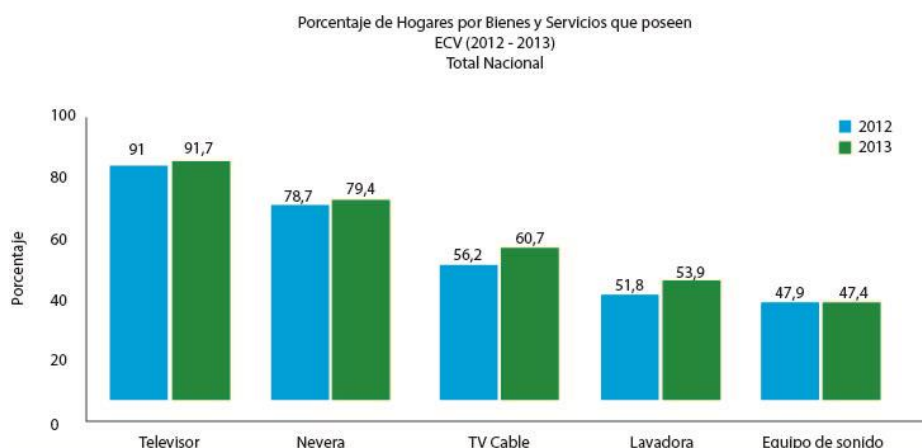


Figura 1. Tomado de ECV (2012.2013) DANE

Se ha podido comprobar que la disponibilidad de bienes y servicios que tienen los hogares se asocia con su calidad de vida, la ECV (Encuesta Nacional de Calidad de Vida, según el DANE) muestra que en el país se ha dado cambios importantes en la posición de algunos de estos. Por otro lado, según el estudio de consumo televisivo, que tuvo en cuenta la estratificación, el 80,4% de los encuestados, en su mayoría pertenecientes del área urbana, dijo ver televisión; lo que nos demuestra la usabilidad tan grande que tienen los televisores en los hogares colombianos.

Nuestro tema a investigar va más allá del hecho de tener un televisor en algún tipo de vivienda en diferentes sectores y estratos de la ciudad de Medellín, ya que en lo que queremos centrarnos, analizar, interpretar y comprobar como este fenómeno que consideramos sociocultural se representa en el espacio doméstico, qué prácticas se modifican y que espacios se reestructuran por la obtención de un televisor. Identificar los diferentes cambios que se han tenido desde la aparición de dicho electrodoméstico y la usabilidad que este tiene en los mismos hogares.

3. OBJETIVOS

Objetivo General

Analizar el televisor como un artefacto que determina y modifica espacio y prácticas domésticas.

Objetivos Específicos

Identificar los cambios en las prácticas domésticas dadas por el televisor en los hogares.

Interpretar las valoraciones que se le han dado al televisor en los hogares.

Reconocer la ubicación y las modificaciones que tiene el televisor en las diferentes estructuras de vivienda.

4. JUSTIFICACIÓN

Esta investigación tiene como propósito reconocer el papel y el impacto de un objeto (en este caso el televisor) como elemento focal dentro del espacio determinado por el hogar y a través del tiempo, pasando de ser un elemento de ocio a un objeto indispensable en la consecución de los denominados espacios íntimos hogareños, de manera que codifica los espacios, configura y organiza tanto otros objetos que lo rodean, como también a los habitantes de la vivienda, los cuales presentan una transformación en sus prácticas domésticas, generando así, una tensión socio-cultural entre lo establecido y lo que se empieza a establecer, a través de los nuevos lenguajes y perspectivas que terminan en desarrollar nuevas semióticas alternas a las propias de cada cultura y que cada vez tienen más fuerza sobre quienes se encuentran implicados en dicha práctica, es decir, a los habitantes del hogar que se convierten directamente en televisores, es decir, usuarios del televisor.

El televisor ha pasado de ser un lujo a ser una necesidad, con cargas simbólicas y con un gran estudio por parte de la disciplina del diseño industrial con la cual se puede lograr a entender como un sistema de señales y partes que se convierten en directriz de la vida cotidiana de las personas, direccionando sus percepciones y acciones, que se gestan desde el hogar hasta lo social, trascendiendo así a domesticar desde lo tangible hasta lo intangible

Así, el propósito de la investigación es reconocer el papel del diseño en la consecución de objetos que proyectan nuevas relaciones, emergiendo a un diseñador industrial a la importancia dentro del flujo socio-cultural desde lo micro, a partir de sus creaciones y donde lo material atraviesa el panorama de lo objetivo; la cultura material es entonces el campo de estudio propio de la temática, identificar en este caso al televisor como el objeto trascendental y reconocer a partir de un caso de estudio específico como este televisor se despliega en muchas dimensiones y más que limitarse a lo tangible termina por proporcionar todo un nuevo proceso de cambios que tienen su impacto en la sociedad y que finalmente modifica las prácticas y los contextos socio-culturales colectivos e individuales.

5. MARCO CONCEPTUAL

Un televisor es un artefacto electrónico consignado para la recepción y reproducción de señales televisivas, básicamente se constituye de una pantalla y unos comandos de control. La palabra viene del griego tele (“lejos”) y del latín visor (agente de videre, “ver”). Es así como se define técnicamente el televisor, conocido por muchos como “ventana de las posibilidades”, su fin era el de comunicar e informar a un público a través de la conjugación de imágenes y sonidos. (Fig. 1) y que después de la Segunda Guerra Mundial tuvo su primer boom en 1.948 donde gracias a su función y la manera en que la economía se recuperó, el televisor se convirtió en el electrodoméstico predilecto por los compradores de la época e inicia su desarrollo como medio de transmisión masivo.



*Figura 2. Antiguo Televisor 1930
tomado de Science & Society
Picture Library*



*Figura 3. Televisor 1960
tomado de Timetoast*

Es entonces la televisión un nuevo medio de comunicación que emite información a todo tipo de público pero que tiene sus bases e inicios en la reproducción de contenido de carácter local y de importancia para todos los habitantes de la misma localidad. “La televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usado por una cantidad muy significativa y grande de personas para satisfacer necesidades de información y entretenimiento” (Rodríguez, 2003, pág. 15). La audiencia elige lo que quiere ver de acuerdo con sus necesidades y es así como el uso del televisor empieza a desligarse de lo netamente informativo. La función de la televisión va ahora mucho más allá de la que puede realizar un periódico, una revista o cualquier otro medio de comunicación, la individualidad del ser crece y con ella sus deseos, que empiezan a colectivizarse, condicionando de esta manera los medios de comunicación que llegan al televidente. “La TV es un constructor de puntos, de líneas, de píxeles que unimos en nuestra percepción” (Fernández, 2012, pág. 273), percepción que va a permitirle al usuario observar ese nuevo mundo que surge, que desea o que simplemente lo alimenta y el cual comienza a ser un pseudo canon social, es decir, un televidente constituido desde supuestas realidades, que son intangibles.

Al alcanzar ahora una nueva posición ocio-informativa al televisor también “se le ha atribuido una función cultural y de difusión de valores, de conocimientos y de saberes” (Badajoz, 2006, pág. 179), pasa a convertirse en un objeto cultural, informativo, educativo hasta recreativo que de esta manera encuentra sus propias formas de expresión, adquiriendo identidades y transmitiéndolas. “La TV tiene la capacidad de llevarte, de hacerte viajar, de llevar tu cuerpo como una escultura, sin rostro a la que proyectásemos imágenes” (Fernández, 2012, pág. 274). El televisor entonces comienza a resignificar lo típico, lo básico y lo principal, es y no es un bien privado o exclusivo, es un objeto que sufre un proceso de domesticación y re-significa el hogar como lo expone (Pérez, 2009, pág. 89) “La televisión es, en síntesis, el medio más potente porque es desde su presencia cotidiana e industrial que la mayoría de la población reconoce y aprecia las nuevas formas de lo audiovisual inventadas” (Rincon, 2001, pág. 19).

5.1 Tensión Sociocultural

Propiamente en Colombia, la televisión fue instaurada en el año 1.954 aproximadamente, durante el gobierno de Gustavo Rojas Pinilla, quien luego de un viaje y la estadía en Alemania quedó impresionado por el nuevo invento, influyendo de manera en el arranque de la televisión en Colombia, la cual se hizo con equipos traídos de Alemania y Estados Unidos.

Dado esto, la creación del Televisor tuvo como función inicial, captar imágenes y sonidos para ser emitidos y difundidos por medio de una pantalla. Esto solo fue posible gracias a, la foteolectricidad, es decir, la capacidad de ciertos cuerpos de transformar energía eléctrica en energía luminosa, junto con el análisis y proceso de las fotografías y todo lo que lo comprende el desarrollo científico de ondas que permitieran la transmisión de las señales eléctricas de cada punto de una imagen. Jhon Logie (1888-1946) ingeniero eléctrico de Escocia, fue quien dio la posibilidad de emitir una imagen, que no se compara para nada a las de hoy, pero fue válida y dio paso a la realización del primer televisor comercial en 1.926.

A consecuencia de esto, las clases sociales y el poder adquisitivo eran factores que determinaban la compra y uso del televisor, no todas las personas tenían el acceso a este y solo la clase media y el alta, la disfrutaba en categoría de ocio “La TV del siglo xx aparece ahora como un entrañable objeto de apego. Característica de las familias nucleares de clase media.” (Fernandez, 2012, pág. 267), pues era considerado un objeto de lujo, como lo menciona (Pérez, 2009, pág. 98) Anteriormente en los hogares de clase media la televisión se le es otorgada un pedestal, donde el objeto es el centro de atención. Como lo expresa Tim O’ Sullivan en *Televisión Memories and Cultures*, ser dueño de un televisor era sinónimo de poseer estatus, ser moderno y estar a tono con el progreso de la época.

De esta manera el televisor se vuelve un objeto de la cotidianidad, se pasa ahora de un objeto exótico y único a ser un elemento omnipresente en los hogares (Fernandez, 2012, pág. 266). Es entonces como el artefacto inicia ese proceso socio-cultural transformador en el contexto doméstico donde comienza a desenvolverse con más fuerza gracias a su auge en el consumo.

Este mismo artefacto generador de tensión a partir de su primera escalada en las necesidades humanas, “Tiende a ser un anti espacio, antimateria, un agujero negro que desrealiza, desmaterializa el espacio en que está el espectador y le lleva al otro lado” (Blas, 1998, pág. 67), definiendo así mismo la tensión, como lo que se genera en el momento en el cual, el televisor irrumpe en la cotidianidad al punto de alcanzar un alto valor simbólico. “La televisión ha pasado de ser un mueble del hogar a convertirse en una interfaz con parte importante en la vida ordinaria. Hemos pasado de la sociología de la televisión a la sociología de las pantallas “ (Fernandez, 2012, pág. 266); la tensión socio-cultural es trazada en el momento en que se exponen realidades alternativas, lejos de las vivencias personales, que va en contra, en muchos casos, de la cultura, donde la expectativa resultante de absorber a un público en un mundo bidimensional desliga a cada ser de manera individual de su entorno doméstico y social a través de una pantalla que por contenidos muy poco reales o inalcanzables, se siente que va en contra de lo vivido.

Ahora bien, el televisor en este caso será estudiado en el contexto familiar o más propiamente del hogar, donde su adquisición se vuelve de carácter relevante en cuanto a medios informativos, donde este se convierte cada vez más en un tipo de requerimiento dentro del hogar, “Para las familias, tener un televisor era cada vez más una necesidad” (Fernandez, 2012, pág. 266).

Es así como el televisor adquiere gran importancia en las viviendas, de acuerdo a lo expuesto por Medina: “Cuando se adquiere un televisor se oponen otros criterios de valoración sobre las necesidades básicas, las necesidades se amplían y no se reducen solo a la alimentación, al vestido, a la vivienda, el contacto social o la salud.” (Medina, 2009, pág. 164). Adicional a esto, el televisor también se convierte en un símbolo dentro de un hogar; el epicentro de la congregación nuclear y un polo visual que organiza la distribución de los objetos.

Retomando el contexto principal de la investigación, nos debemos remitir al concepto primario de hogar donde se desenvuelven las familias. Que va más allá de la cantidad de personas y lazos sanguíneos que la conforman. De ahí, la trascendencia del televisor en el hogar y para esto, Federico Medina, nos dice: “La reunión de la familia en torno al foco del calor (el hogar) proporcionado por la estufa, a la actividad de compartir alimentos alrededor de la mesa o a la necesidad de evaluar los acontecimientos del día en el dialogo familiar es reemplazado por una relación de consumo colectivo frente a la pantalla encendida del televisor: la familia se trasforma en una unidad de consumo” (Medina, 2009, pág. 168); la familia como unidad de consumo, se refiere más a que el televidente se alimenta con lo que observa y modifica o cambia la noción de sus dinámicas, costumbres y comportamientos en relación a lo impuesto por el objeto en su medio comunicador.

5.2 Hogar

Hogar es el concepto que se le otorga a cualquier espacio, en el que se encuentran diversas formas de vivir y habitar. Cultural y socialmente se ha ido considerando una construcción que abarca múltiples relaciones con el entorno y las personas, donde generalmente la familia es el centro, el grupo focal de un hogar. Con prácticas y estilos de habitar particulares. El hogar es pues una construcción material que se relaciona directamente con lo espacial, pues este término requiere de un espacio físico, sin ser precisamente una vivienda o cualquier construcción arquitectónica que éste definida así (Cuervo, 2010, pág. 87).

“El hogar es la conciencia de un punto fijo en el espacio, una posición firme desde la cual obramos y a la cual regresamos oportunamente. Esta posición firme es la que llamamos “hogar regreso al hogar“, debería significar: la vuelta a esa posición firme que conocemos, a la que estamos habituados, en la que nos sentimos a salvo y donde nuestros vínculos emocionales son más intensos “ (Cuervo, 2010, pág. 78)

La palabra hogar, procede del latín focaris de focus, “fuego”, anteriormente, las familias primitivas por falta de luz, encendían hogueras alrededor de todos los miembros que los conformaban; allí se daba una unión familiar y un regocijo entre todos para finalmente darse protección y calor. Se desarrolla la formalización como comunidad, donde los cobija, unas maneras muy similares de desenvolverse en un espacio, donde no solo se comparte ADN, sino emociones, sentimientos, conversaciones y demás particularidades. Luego al tener un espacio físico y considerado como hogar, sea cual sea la organización de este, se va a remitir a lo prehistórico, a la reunión de las familias entorno a un calor- pero ya no a la hoguera sino el horno o fogón de la cocina.

“Se cocinaba al calor de las brasas, ubicado generalmente en la cocina, era también un objeto utilizado como fuente de calor en el invierno, hecho que permitía que la socialización de una familia se concentrara en este espacio” (Cuervo, 2010, pág. 77)

La vivienda entonces domesticada no es más que una casa, lo que con el tiempo permite el desarrollo y construcción del hogar. (Fig.3) (Cuervo, 2010, pág. 86). Lo doméstico se establece a partir de vínculos que forjan las relaciones que hay entre espacio-tiempo y las personas que lo habitan; y esta vinculación que se da en un espacio edificado generará un sentido más amplio de hogar que abarcará un contexto físico, con artefactos que también serán domesticados y usados según las preferencias y necesidades de las familias, por ejemplo, el televisor ha sido uno de estos, que a través del tiempo también se fue domesticando.



Figura 4: Relación entre Hogar, vivienda y casa tomado de ¿Vivienda, casa hogar?

La vivienda como estructura formal tangible se comienza a ordenar de espacios que son independientes, en los que son habitados por los que ocupan la casa, cada uno comienza a configurar su propia intimidad en espacios que se vuelven propios. Comúnmente estos lugares son las habitaciones, que dependiendo la distribución de la vivienda son el número de cuartos, este será organizado e intervenido por uno o más habitantes, es un espacio más privado o íntimo del hogar, las prácticas son más individuales y los objetos más personales, los lugares pertenecientes de la vivienda estarán jerárquicamente organizados, la próxemica¹ permite estos grados de prioridad, y las maneras como se establecen y relacionan, produciendo que los espacios se vuelvan patrones en los cuales cada familia o grupo de habitantes, le da organización a los espacios.

Para concluir un poco este tema, que busco comprender el lugar donde permea el artefacto de investigación (televisor), lo que se pretendió es conocer las diversas organizaciones que están dentro de las viviendas y son hechas a partir de todo lo que se considere pertinente para las personas que hacen parte del hogar y que de esa manera, con esos movimientos particulares en la casa, es que se empiezan a crear los lazos afectivos y las experiencias en los habitantes, los cuales establecen ritmos, horarios, sistemas de todo tipo, acuerdos y demás que humanizan la vivienda.

A propósito de esto, el televisor ha venido transformando a las familias y del mismo modo ha venido experimentado ciertos parámetros de usabilidad y de espacio. Sin duda alguna este artefacto está cambiando. Anteriormente era un simple trasto del rincón que ejercía un ruido con imagen, era “un objeto de madera y vidrio, plástico y alambre, que al pulsar un botón en un rápido movimiento del interrumpir hacía aparecer escenas, voces y sonidos” (Ferres, 2005, pág. 237) ahora por sus modificaciones y relevancia ha podido ser del alcance para casi todos

los estratos sociales y vivienda, se convirtió en el centro del espacio doméstico, con una manera lúdica, agradable, que entretiene.

Con respecto a los espacios que se mencionaron en el numeral anterior, simplemente son eso, lugares intervenidos por los habitantes, pero ahora el televisor, tendrá una presencia en un lugar central de la casa y si es posible en casi todos los rincones de las diferentes distribuciones que tiene el hogar. Si en la cocina se dieron los primeros encuentros entre familiares, amigos y conocidos, allí el televisor también resulta ser parte de los otros electrodomésticos, abriendo diálogos y llevando a nuevos horizontes a quien la esté observando, sin salirse de su propio hogar. Estas pantallas que sirvieron para despertar y crear nuevas sensaciones en los televidentes son consideradas desde las imágenes proyectadas que se observan en la sala, la cocina, las habitaciones y demás; da la sensación de estar viajando a lugares distantes, recibéndola en los espacios más cómodos y seguros que tienen en sus casas; por ejemplo en ese sofá, silla, sillón que está justo frente al televisor siempre con ese único fin, disponer a un televidente al frente del televisor.

“El televisor ocupa en la casa un lugar estratégico, es el epicentro de la congregación nuclear, es un polo visual que organiza la distribución de los objetos dentro de la sala familiar de un modo que no había hecho el aparato de la radio, cuya ubicación se acomodó a la organización mobiliaria ya existente.” (Badajoz, 2006, pág. 178)

Como lo hemos venido mencionando, la televisión es un mueble indispensable, tan significativo para esta muestra, que se encontró que tenían un promedio de tres televisores por hogar, ubicados en las habitaciones personales. “evidentemente la comunicación familiar no desaparece, pero se ve esencialmente disloca, descentrada” (Medina, 2009, pág. 167). Se refleja dicha cita, al considerar otras formas de comunicación cómo lo son conversaciones de cuarto a cuarto, ya que cada habitante posee mínimo un televisor en sus habitaciones, con gritos y comentarios de lo que se ve y se piensa de un mismo programa que individualmente cada uno está observando. Así mismo siendo el caso opuesto, si se tienen varios televisores y cada uno ve programas diferentes, al otro día éste será el tema de conversación de los miembros de la familia.

En definitiva, para el hombre, el televisor no se volverá un dispositivo tecnológico simplemente que está en la casa, es un objeto que abarca muchos usos, significados y funciones, que entretiene y acompaña en todo momento las prácticas de los espacios domésticos. No precisamente elimina las dinámicas comunes domésticas, pero si las interviene y las condiciona, finalmente entrelazándolas. A continuación, se explicarán esas dinámicas domésticas generales que son productos de un sistema cultural de las personas que habitan la vivienda; para luego entenderlas como prácticas televisivas relacionadas directamente con el ver televisión.

5.2.1 Dinámicas domésticas

El universo doméstico encierra una serie de elementos y acciones que determinan los procesos que se dan dentro de un entorno determinado y a partir de los participantes que se

1. *Proxémica: Disciplina que estudia la relación espacial entre personas como manifestación social y significativa.* (Muestelier,

ven inmersos en lo que podría considerarse en un primer plano como dinámica doméstica. Los aportes de Bernardi, son soporte para explicar dicho concepto; “Dinámicas familiares” nos referimos a un amplio abanico de procesos que tienen en común el hecho de estar relacionados con el modo en que los individuos de un mismo hogar unen sus recursos, gestionan su tiempo y toman decisiones” (Bernardi, 2007, pág. 35).

Dicho esto, “Dinámicas” pone de manifiesto la idea de que la configuración de los hogares y las soluciones que encuentran para hacer frente a sus necesidades no son estáticas, sino que evolucionan y se modifican a lo largo del curso de vida de sus componentes” (Bernardi, 2007, pág. 36), según esto abarcamos las dinámicas domésticas como los procesos o actividades que se dan en el hogar y que pueden verse divididas en varias categorías dependiendo la conformación familiar, las cuales básicamente son: la alimentación y los ritos que giran en torno a esta, los horarios y tiempos, las de ocio, informativas, y finalmente de comunicación dentro de la vivienda.

Por otro lado, en lo que se refiere a ocio e información, el televisor se convierte en el punto focal del momento, es el elemento directriz de la dinámica y coordina el flujo en torno a sí mismo, es decir, en el caso de realizar una actividad cultural como una celebración religiosa o la visualización de un partido de fútbol es quién domina los tiempos de consecución de la actividad y establece los parámetros o normas bajo los cuales se realiza la actividad. El televisor actualmente juega un papel mucho más importante dentro del hogar, a pesar de que determina la distribución espacial de los elementos que lo conforman y educa con suficiente grado de credibilidad a los integrantes de su contexto, replanteando movimientos culturales que genera nuevos pensamientos, es el artefacto que acompaña y que busca compartir, y da la sensación de acompañamiento “eterno” que generan los medios de comunicación para casi cualquiera que los posea y es objeto activo de estos; “El temor a no hacer nada lo suprime con el afán vacío de actividad: tener que leer, ver películas, hacer que la radio suene, grite o susurre, porque no sabe qué hacer consigo” (Aguilar, 2002, pág. 257), afectan directamente la domesticidad de las acciones.

El televisor es ahora el nuevo guía del hogar, de manera pasiva, que reúne a las personas o que acompaña la individualidad dependiendo de la situación, es un medio constante, una voz que siempre está presente, el encargado de mostrar eventos culturales siendo capaz de llegar a más público, quién muestra que sucede alrededor sin tener que salir de la zona de confort, el encargado de hacer una guía socio-cultural del ser, la tensión hecha objeto que se enfrenta a un conjunto de costumbres antiguas desligadas de la tecnología, “De la televisión y su programación depende cuando se acuestan, cuando comen y cuando cenan, como organizan y que hacen el fin de semana y en su tiempo libre “ (Medina, 2009, pág. 166).

Ahora el objeto adaptado y adaptador se convierte en parte esencial de la acción, la experiencia cambia y se desenvuelve alrededor de él y no con él, siendo visto como el elemento enriquecedor del momento, desde prácticas aleatorias hasta prácticas “institucionalizadas” socio-culturalmente como tomar los alimentos en momentos específicos del día, “Se ve televisión mientras se toman los alimentos durante el almuerzo o la comida “ (Medina, 2009, pág. 173), generando así una nueva experiencia que resulta más estimulante, lúdica e informativa y que satisface la necesidad primordial de una forma más completa.

El televisor se convierte en ese objeto, que gesta y distribuye un hogar, reconfigura sus prácticas y adquiere un valor agregado muy grande que le permite seguir apropiándose de quién lo observa, la alta estimulación sensorial y ocio-informativa generan ese nuevo sujeto, el televidente.

5.3 Televidente

La acción de ver televisión categoriza a quien la ve como televidente, este no es más que un espectador de lo que pasa en la pequeña pantalla, no necesita nada más que el televisor como objeto para cumplir su rol de televidente, pues no se les obliga a estar haciendo algo, o en algún lugar específico o con alguna posición corporal particular, es simplemente observar detalladamente o no lo que sucede en el televisor. “los televidentes son agentes activos que anteponen a los mensajes una serie de mediaciones, mismas que les permiten producir y resignificar sus contenidos” (Gonzalez, 2011, pág. 2)

Mediante la composición y organización, se desea entender ese proceso de elaboración de significados que finalmente será un todo integrado e integral que pretende englobar al usuario directo y activo del televisor. Ante los diversos tipos de televidentes que han constituido y que actualmente en Colombia y muchos más países, hay instituciones que los defienden y los protegen, por el hecho de ser televidentes; una de estas es la Defensoría del televidente que tiene por entendido que hay una multiplicidad de géneros y preferencias y que el propio televisor por lo que emite, es medio de aprendizaje y muestra diversa de lo que el mundo ofrece. Hay un televidente activo que está obligado a estar inmerso en sociedad y por ende está en constante construcción y reconstrucción de los referentes inmediatos que se relacionan mucho con todas las palabras que agrupa el televisor, por ejemplo, tel-e-videnciar, que no es más que evidenciar por medio de la pantalla esos referentes que se vuelven sensibles, significativos y con alta carga de interpretación y educación, si es el caso.

5.4 Nueva Semiótica

Surgirá entonces después del proceso evolutivo y de impacto del televisor una nueva percepción social de la cultura y del individuo a partir de los pseudo lenguajes planteados por la televisión y que el objeto se ha encargado de transmitir, una nueva “semiótica televisiva” nace en cada hogar y se complementa con las de los demás, estableciendo nuevos parámetros sociales e incitando una vez más a una tensión con el legado cultural trazado durante generaciones que carecían de los medios; reconociendo a su vez el concepto de semiótica como la ciencia o disciplina que se interesa por el estudio de los diferentes tipos de símbolos creados por el ser humano en diferentes y específicas situaciones, estudio que se basa en el análisis de los significados que cada tipo de símbolo puede tener y cómo ese significado puede ir variando a lo largo del tiempo o del espacio; el televisor ahora es divinizado, un objeto que ha modificado por completo desde lo íntimo hasta lo externo de cada persona, reconfigurando hogares, dinamizando las prácticas domésticas y ahora estableciendo nuevos lenguajes, “el objeto ya no tiene función, posee una virtud: es un signo” (Builes, 2006, pág. 45), la función pasa a un segundo plano pues el objeto se carga por completo de simbolismo para quién lo posee y para quién lo observa, sus valores son redefinidos a su favor y se potencializa “la ventana de las posibilidades”.

Así se nos permite hacer un puente entre las semióticas televisivas mencionadas y las semióticas culturales, los sistemas de significación creados por una cultura comienzan a reconfigurarse de la mano con las dinámicas del hogar, tanto así que podría llegarse a una

“cultura televisiva” cargada de elementos que se entrelazan y cierran sus brechas con los lenguajes presentados por el televisor y que se convierten en signos para su posterior manipulación por parte del televidente; así, la cultura televisiva que emerge posee unas bases lo suficientemente sólidas y aceptadas por los miembros de todas las comunidades y la globalización es un término que cumple con su propósito; existe una forma de expresión sólida que es propia de unos signos de una cultura occidental ya universalizada en los cuales los códigos televisivos son muy entendibles para las partes desde diferentes lugares del mundo, lo que respecta de orden y programación de la televisión . Por lo tanto, las imágenes tienen un rol central en la formación de la identidad del televidente, las imágenes son significativas, pero hacen parte del imaginario colectivo, sin embargo, están basadas en las expectativas locales.

5.4.1 Realidades planeadas

Finalmente, la conjugación de todos los elementos propuestos y colocando al televisor como ese objeto encargado de re direccionar un hogar desde su configuración espacial hasta la influencia que tiene en la psicología de cada miembro de este y que posteriormente se resume en una construcción del nuevo ser que se ve reflejado en la sociedad, nos lleva a la identificación de un fenómeno mediático transversal a lo socio-cultural, bajo la malla semiótica que entrelaza elementos y genera un nuevo sistema cultural, la perspectiva cambia de direccionamiento, la comprensión del mundo se ve modificada sustancialmente y las realidades son transformadas, la mirada televisiva que se le ofrece al televidente es ahora indispensable, “La convierte en un registro obligatorio del acontecer social, de tal forma que es la prolongación senso-cognitiva de nuestra experiencia de lo real y por medio de ella asistimos a la configuración y representación de lo real mismo. (Fernandez, 2012, pág. 272); la tensión surge en el momento en el cual los medios (el televisor en este caso) se convierten en parte indispensable de la vida, el artefacto transforma y es transformado pero siempre va un paso al frente de manera oculta, la vida es ahora una obra de teatro semi planeada o propuesta y expuesta a través de ese medio al cual se le ha dado un valor tan importante dentro de la consecución del hogar y la formación de sus integrantes, “La televisión, a través de sus productos, interviene en la valoración de la realidad tanto por sus juicios de valor explícitos, como por la valoración implícita que lleva a cabo más a menudo sobre los diversos temas que trata.” (Rodríguez, 2003, pág. 22)

Según las palabras claves tratadas dentro de este marco de ideas y teorías, se ha podido llegar desde acercamientos diversos, el tema cuestionable, de la televisión, como una tensión socio-cultural que tuvo en su historia desde la creación, puntos críticos que modificaron a dicho artefacto, el cual mientras se fue introduciendo en los hogares de manera más privada, comenzaron relaciones no solo entre las familias sino en la misma sociedad. Al televisor como emisor de programación y de múltiples contenidos, se le ama y se le odia; consideramos los hogares en este contexto, como ese medio arquitectónico o no, que engloba múltiples aspectos culturales, propio de las familias o miembros que la habitan, alrededor de un artefacto central, el televisor, que organiza los espacios, los altera y los jerarquiza; mientras que por otro lado condiciona, cambia y complementa otras dinámicas familiares para dar paso a las practicas televisivas, que no son más que esas actividades concurrentes que surgen a partir de la relación con los temas televisivos, apareciendo otros tantos dinamismos en el hábitat.

Se comprende el concepto de televidente, como ese ser que conocemos socialmente como agente activo o pasivo del televisor, que de una u otra manera tiene constante relación con los medios audiovisuales de la pantalla, haciendo de él alguien crítico, desprendido, adicto o aprendiz del televisor. En este sentido la educación y la disciplina se apoya de las imágenes, símbolos y muestras de los contenidos; la semiótica, que como se explicó anteriormente, es ese estudio de signos y demás que el televidente percibe y según su formación, entenderá o no, aceptará o rechazará la televisión. Por último y a modo de conclusión, las realidades planeadas se producen entonces de esa muestra de propuestas culturales que el televisor con su función va introduciendo; con nuevas creencias, actitudes y valores que se reflejarán después en los televidentes, envueltos en contextos de convivencia y socialización.

6. MARCO METODOLÓGICO

6.1. Tipo de investigación

Según José Ignacio Ruiz Olabuénaga, cuando se habla de métodos cualitativos, es sin duda referirse a un estilo o manera de investigar fenómenos sociales en los cuales se busca determinar unos objetivos para luego dar adecuadas respuestas; “si una investigación pretende captar el significado de las cosas (procesos, comportamientos, actos) más bien que describir los hechos sociales, se puede decir que entra en el ámbito de la investigación cualitativa. Su objetivo es la captación y reconstrucción de significado “. (Olabuénaga, 2012, pág. 23). Cuando se utilizan herramientas como narraciones, descripciones en vez de tablas, estadísticas o formulas, entra en el campo de los métodos cualitativos, su lenguaje es conceptual y metafórico. También define este método como “la tecnología cualitativa” la cual se refiere al mismo tipo de investigación social en el que se da una búsqueda implacable de datos y lentas observaciones prolongadas, a base de notas, grabaciones y escritos, basado en un análisis cualitativo que se divide en tres dimensiones, uno es observar y guardar los datos encontrados; dos es el dialogo permanente entre los investigadores y el investigado, donde entra no solo el dato si no la hipótesis y tercero y último dar luego a lo hallado diferentes reflexiones analíticas según todo lo captado.

Nuestro tipo de investigación es definida con un *método cualitativo*, sin dejar a un lado aspectos y teorías de la investigación cuantitativa la cual nos arrojará veracidad en nuestros análisis con muestras de la población. Se define principalmente una investigación cualitativa por el hecho de que se realizará descripciones detalladas de situaciones, personas, comportamientos y hasta objetos, donde se incorpora lo que los observadores dicen, sus experiencias, actitudes, pensamiento y demás, expresadas por ellos mismos. Con un diseño de investigación fundamentado en el trabajo de campo, el método etnográfico y la asistencia constante en entornos donde el televisor hace presencia en las diferentes estructuras de vivienda, lo consideramos como un proceso activo, sistemático y riguroso de indagación dirigida a dichos espacios, los cuales están sujetos sobre lo que se vaya investigando y observando en las salidas seleccionadas. Sin duda con ayuda de herramientas para la extracción de información como entrevistas, narraciones, notas de campo, grabaciones, transcripciones de audio y video, registros escritos de todo tipo, fotografías y artefactos; hacen parte fundamental para buscar las respuestas del objetivo general que se planteó en el proyecto.

Así mismo, se plantea un diseño de investigación flexible, abierto a múltiples observaciones que se encuentren en el entorno y se relacionen con el tema en cuestión, pretendiendo comprender e interactuar con los informantes de un modo natural, entrar en sus contextos y expresiones, entendiéndolos como un todo para ser interpretados y analizados.

Sin embargo, no se dejarán atrás técnicas ni herramientas que el método cuantitativo pueda aportar para la investigación, pues nos permite medir los resultados de manera concluyente, así además de describir situaciones observadas podemos dar veracidad a lo observado en el trabajo de campo, de esta manera nuestro proyecto también hace uso de datos y estadísticas para validar la información.

6.2. Nivel de profundidad de la investigación

De lo expuesto anteriormente cabe resaltar el enfoque cualitativo de la investigación lo cual definirá en un primer punto un nivel mínimo investigativo, es decir, la investigación inicia su desarrollo a partir del temario del marco conceptual en el cual se evidencian estudios similares o de casos concretos que sirven de base para el nuevo estudio a realizar y en donde se buscó comprender en una primera fase las transiciones históricas del televisor y su repercusión en los espacios y las formas de socialización de lo micro a lo macro y viceversa con el fin de evaluar desde el material bibliográfico la viabilidad del proyecto.

Este primer momento podría denominarse como **exploratorio** y es donde la investigación adquiere su verdadero foco, posteriormente se procederá entonces a evaluar el material propio de los procesos de recolección de información aplicados a la contemporaneidad con el fin de elaborar un paralelo entre lo hallado, su historia y la teoría que le precede, permitiendo entonces realizar un análisis acertado de la situación actual de la problemática y exponer de manera clara una realidad evidenciada y evaluada que se fundamenta entonces en hechos pasados y ubicándose en una línea del tiempo propia del artefacto y su impacto en la sociedad.

La investigación entonces abarcará un nivel más profundo donde los métodos prácticos enfrentados a los teóricos permitirán desarrollar la asertividad a la hora de tratar y/o analizar el problema en cuestión: “El televisor como un artefacto que determina y modifica espacio y prácticas domésticas”; el nivel del proyecto hasta este punto se desenvolverá en un espacio **descriptivo** que a través del análisis de las muestras permitirá describir cómo, cuándo y dónde ocurren los hechos.

Por otro lado, se pretende ahondar de manera exhaustiva en todas las fases, lo que nos llevaría a un nivel investigativo mucho más minucioso que a través del análisis de información buscará explicar la problemática del artefacto y dar razones a manera de justificación de los hechos; sin embargo este punto estará regido por el desarrollo del proceso en el cual el análisis determinará qué tan acertadas o no pueden llegar a ser las respuestas o simplemente convirtiendo el proyecto en un insumo descriptivo para un trato posterior de este.

6.3. Diseño de la investigación

La investigación entonces será de manera cualitativa y apoyada en el uso de métodos cuantitativos, pudiendo así establecer las siguientes etapas de desarrollo para su correcto desempeño a lo largo del tiempo estimado:

- a. Selección de muestra a partir del reconocimiento del entorno con el fin de determinar cuál es la muestra más adecuada a estudiar para el proyecto.
- b. Diseño de herramientas para la recolección de datos pertinentes con el tipo de investigación.
- c. Realización de prueba piloto que permita verificar la pertinencia de las herramientas de recolección de datos preseleccionadas y su efectividad dentro del proceso investigativo, identificando desajustes y ajustes de manera que pueda llevarse a cabo el trabajo de campo con el mínimo de contratiempos y con la mayor eficiencia posible.
- d. Trabajo de campo: El trabajo de campo o las visitas se hicieron de manera semanal cumpliendo con la meta de dos a tres (2-3) casos por semana durante 4 semanas con el fin de recolectar suficiente información que valide el proceso y arroje datos más acertados.
Así mismo, las visitas se hicieron de manera aleatoria con el fin de identificar los flujos que se dan en los espacios a estudiar y la incidencia del artefacto (televisor) en momentos diferentes del día y en días diferentes de la semana.
- e. Síntesis de la información en donde se evalúan los resultados de los datos con el fin de generar puestas en común e identificar nuevas variables no contempladas que puedan afectar directa o indirectamente el proyecto.
- f. Cronograma de actividades: (*Ver anexo 1*).

6.4. Población y muestras

La investigación a desarrollar se aplicó en la ciudad de Medellín, Colombia, durante el segundo semestre del año 2017 y se enfocó en viviendas de estrato medio (3 y 4) con el fin de intervenir en uno de los segmentos sociales con mayor cantidad de participantes y donde la problemática es más recurrente, además de ser un sector social con flujos más intensos y expuestos a diversos factores, aprovechándonos de esa variabilidad para estudiar cómo se desenvuelve el artefacto bajo circunstancias aparentemente diferentes.

Para esto, después de una extensa búsqueda se determinó seleccionar la comuna 11 de la ciudad ya que es una de las más extensas y abarca en gran manera el sector socio-económico elegido, sin embargo la investigación se enfocó en uno de los barrios más grandes de la comuna conocido como Laureles debido a su diversidad de población, destacando los diferentes tipos de familia, de vivienda y como varían las dinámicas en cada uno de sus sectores.

6.5. Técnicas y herramientas

Para realizar una recolección de datos que previamente fueron analizados e interpretados con diferentes metodologías, es importante tener en cuenta la selección de una serie de criterios, los cuales nos permitan la construcción, elaboración y desarrollo de técnicas particulares que mediante herramientas sean puestas en práctica. Algunos de los puntos o ítems para tener presente son: la naturaleza del objeto de estudio, las posibilidades de acceso con los investigados, el tamaño de la población o muestra, los recursos con los que se cuenta y por último la oportunidad de obtener datos. Al tener en consideración esto es mucho más contundente la toma de información de las diferentes formas para la posible respuesta de cada uno de los objetivos específicos, los cuales nos darán automáticamente la respuesta del objetivo general del proyecto (Ver Anexo 2).

6. ARTICULO: RESULTADO CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Resumen: El televisor a partir de unos años atrás se ha vuelto un artefacto indispensable en los hogares, promoviendo ciertas modificaciones dentro de las viviendas entorno al mismo; este fenómeno, que compete diferentes disciplinas desde el diseño hasta las ciencias sociales, es sin duda, un elemento que ha logrado alterar las dinámicas familiares, ya que se ha pasado de estar alrededor de una mesa compartiendo, a estar al frente de una pantalla compartiendo o en su defecto separando, resignificando las relaciones interpersonales dentro del espacio y se repercusión en la sociedad, así, la conjugación de usuario, contexto y la exaltación del televisor como el objeto encargado de re direccionar un hogar desde su configuración espacial hasta la influencia que tiene en la psicología de cada miembro de este, se resume en una construcción del nuevo ser que se ve reflejado en la sociedad, llevándonos a una identificación de un fenómeno mediático transversal a lo socio-cultural, bajo la malla semiótica que entrelaza elementos y genera un nuevo sistema cultural, la perspectiva cambia de direccionamiento, la comprensión del mundo se ve modificada sustancialmente y las realidades son transformadas.

Palabras Clave: Televisor, Tensión, Sociedad, Artefacto, Hogar

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objeto de investigación el impacto del artefacto televisor en la sociedad. Se ha basado en múltiples áreas del conocimiento, no solo del diseño industrial, sino en otras ciencias como lo son la historia, la sociología, antropología y hasta psicología, ahondando todo el fenómeno que dicho artefacto eléctrico ha generado en el ser humano, la sociedad y la cultura. Las estadistas han mostrado como cada vez este objeto emisor de señales televisivas, no solo ha aumentado en sus ventas y presencia en los hogares, sino también en

su uso dentro de los mismos, en los cuales los mismos habitantes crean dicha práctica, a adecuan y la disponen en las viviendas, siendo esta alterada por la cultura y las características propias de los miembros que habitan la casa.

Se logró plantear un análisis de dicho artefacto dentro de los espacios u hogares que determina y modifica propiamente las prácticas domésticas que allí se dan, reconociendo las principales ubicaciones que tiene el televisor en las múltiples estructuras de vivienda, así mismo, identificando ampliamente estos cambios e interpretando que valoraciones se le dan

y se le han dado al mismo desde estos espacios.

El televisor es el objeto que determina en muchos casos la distribución en un espacio reservado en el hogar para la convivencia, es un objeto que puede preceptuar, que, codifica los distintos lugares dentro de una vivienda y el cual las mismas personas le dan una connotación especial ejerciendo prácticas y acciones alrededor de él, ocupando en estos lugares el punto estratégico donde llegan todas las miradas, unifica el núcleo social (o lo divide) de manera particular para la contemplación de la “pequeña pantalla” tomando asiento en el sofá y dejando cada vez más a un lado la reunión circular entorno a la mesa, dando paso a un nuevo fenómeno social y personal alrededor de todos los significados que a este objeto (televisor) se le ha otorgado. A partir de allí autores como Federico Medina, Juan Diego Sanín y Omar Rincón, permitieron el acercamiento desde lo conceptual para finalmente obtener unos hallazgos y resultados propios del trabajo de campo realizado.

2. JUSTIFICACIÓN

Se tiene como propósito reconocer el papel y el impacto de un objeto como elemento focal dentro de un espacio determinado por el hogar y a través del tiempo, pasando de ser un elemento de ocio a un objeto indispensable en la consecución de los denominados espacios íntimos hogareños, de manera que codifica los espacios y re distribuye tanto sus semejantes objetuales que lo rodean como los habitantes la vivienda sobre a los cuales recae una transformación en sus prácticas domésticas, generando así, una tensión socio-cultural entre lo establecido y lo que se empieza a establecer, a través de los nuevos lenguajes y perspectivas que terminan en desarrollar nuevas semióticas alternas a las propias de cada cultura y que

cada vez tienen más fuerza sobre quienes se encuentran implicados en dicha práctica, conocidos como televidentes.

El televisor ha pasado de ser un lujo a ser una necesidad, con cargas simbólicas y con un gran estudio que le compete al área de diseño industrial y con la cual se puede lograr a entender como un sistema de señales y partes se convierten en directriz de la vida cotidiana de las personas, re direccionándolas y gestándolas desde el hogar hasta lo social, que trasciende a domesticar desde lo tangible hasta lo intangible.

Así, se reconoce el papel del diseño en la consecución de objetos que proyectan nuevas relaciones, resaltando al diseñador industrial dentro de la importancia del flujo socio-cultural desde lo micro, a partir de sus creaciones y en donde lo material atraviesa el panorama de lo objetivo; la cultura material es entonces el campo de estudio propio de la temática, identificar en este caso al televisor como el objeto trascendental y reconocer a partir de un caso de estudio específico como este televisor se despliega en muchas dimensiones y más que limitarse a lo tangible termina por proporcionar todo un nuevo proceso de cambios que tienen su impacto en la sociedad y que finalmente modifica las prácticas y los contextos socio-culturales colectivos e individuales.

3. METODOLOGÍA

El tipo de investigación es definida con un método cualitativo, sin dejar a un lado aspectos y teorías de la investigación cuantitativa arrojando veracidad en el análisis con muestras de la población.

Se define una investigación cualitativa por el hecho de que se realizaron descripciones detalladas de situaciones, personas, comportamientos y hasta objetos, donde se incorpora lo que los observadores dicen,

sus experiencias, actitudes, pensamiento y demás, expresadas por ellos mismos; planteando un diseño de investigación flexible, abierto a múltiples observaciones que se encuentren en el entorno y se relacionen con el tema en cuestión, pretendiendo comprender e interactuar con los informantes de un modo natural, entrar en sus contextos y expresiones, entendiéndolos como un todo para ser interpretados y analizados.

El nivel de profundidad de la investigación será de carácter exploratorio, donde posteriormente se procederá a evaluar el material propio de los procesos de recolección de información aplicados a la contemporaneidad con el fin de elaborar un paralelo entre lo hallado, su historia y la teoría que le precede, permitiendo realizar un análisis acertado de la situación actual de la problemática y exponer de manera clara una realidad evidenciada y evaluada que se fundamenta entonces en hechos pasados y ubicándose en una línea del tiempo propia del artefacto y su impacto en la sociedad.

La investigación en algún momento puede abarcar un nivel más profundo donde los métodos prácticos enfrentados a los teóricos permitirán desarrollar la asertividad a la hora de tratar y/o analizar el problema en cuestión: “El televisor como un artefacto que determina y modifica espacio y prácticas domésticas”; el nivel del proyecto hasta este punto se desenvolverá en un espacio descriptivo que a través del análisis de las muestras permitirá describir cómo, cuándo y dónde ocurren los hechos.

Por otro lado, se pretende ahondar de manera exhaustiva en todas las fases, lo que nos llevaría a un nivel investigativo mucho más minucioso que a través del análisis de información que buscará explicar la problemática del artefacto y dar razones a manera de justificación de los

hechos; sin embargo este punto estará regido por el desarrollo del proceso en el cual el análisis determinará qué tan acertadas o no pueden llegar a ser las respuestas o simplemente convirtiendo el proyecto en un insumo descriptivo para un trato posterior de este.

La investigación entonces cuenta con las siguientes etapas de desarrollo para su correcto desempeño a lo largo del tiempo estimado:

- g. Selección de muestra
- h. Diseño de herramientas para la investigación.
- i. Realización de prueba piloto.
- j. Trabajo de campo.
- k. Síntesis de la información.
- l. Cronograma de actividades.
- m. Resultados

3.1 Muestra

La investigación a desarrollar se aplicó en la ciudad de Medellín, Colombia, durante el segundo semestre del año 2017 y se enfocó en viviendas de estrato medio (3 y 4) con el fin de intervenir en uno de los segmentos sociales con mayor cantidad de participantes y donde la problemática es más recurrente, además de ser un sector social con flujos más intensos y expuestos a diversos factores, aprovechándonos de esa variabilidad para estudiar cómo se desenvuelve el artefacto bajo circunstancias aparentemente diferentes.

Para esto, después de una extensa búsqueda se determinó seleccionar la comuna 11 de la ciudad ya que es una de las más extensas y abarca en gran manera el sector socioeconómico elegido, sin

embargo la investigación se enfocará en uno de los barrios más grandes de la comuna conocido como Laureles debido a su diversidad de población, destacando los diferentes tipos de familia, de vivienda y como varían las dinámicas en cada uno de sus sectores.

4. RESULTADOS

El objeto infaltable

Para esta fase de hallazgos de la investigación, se buscó inicialmente identificar y analizar los tipos de hogares que se encuentran en la zona encuestada, ya que estos nos arrojaron resultados que se validaron con los términos encontrados en el marco conceptual y fueron pieza clave a la hora de analizar las preguntas posteriores a la misma. Se encontró que dos tipologías de hogares fueron las más destacadas; con un 40 % encabeza la lista las familias nucleares (papá, mamá e hijos) y consiguiente con un 30 % las viviendas conformadas por una sola persona, lo que nos permitió tener una mayor interpretación y análisis de dos arquetipos de hogares que dieron un alcance y perspectiva mayor a dicha fase de resultados. Por otro lado hay un 20 % de los entrevistados que conforman un hogar de pareja sin hijos y finalmente con un 10 % se obtiene una muestra que habita en lugares como pensiones, casa de estudiantes o casa de amigos; de esta manera se podrá abarcar de manera diversa características de estas familias relacionadas con las dinámicas y prácticas que interviene el televisor y su contenido.

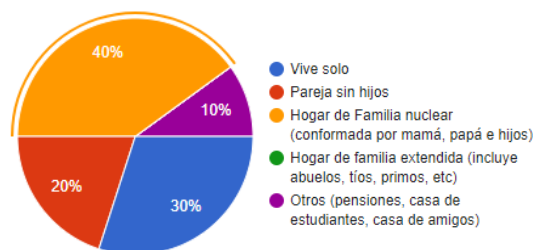


Figura 5. . Tomado de encuesta realizada.
Condiciones de vivienda.

A partir de lo anterior se pudo obtener un acercamiento directo con los diferentes tipos de hogares y las personas que lo habitan y hacen uso constante o poco del televisor, tanto como medio de comunicación y como artefacto; nos permitió tener y hacer una relación analítica con respecto a los conceptos indagados durante el tiempo definido para la investigación, lo que dicen los autores, investigadores, diseñadores y hasta psicólogos del uso de dicho electrodoméstico, confrontado con la realidad de las familias de Medellín de la comuna 11.

Igual que como se tuvo en cuenta en el marco conceptual, de buscar los conceptos y descripciones de los tipos de viviendas y estructuración de los hogares, así mismo, se trató de buscar diversidad en la muestra de los encuestados, con la finalidad de identificar las opciones, importancias y ubicaciones que los televisores juegan en dichas tipologías familiares.

Luego de hacer unas primeras aproximaciones a las interpretaciones de las respuestas dadas por los encuestados, pudimos comprobar varias teorías mencionadas en el marco teórico, observando ciertas similitudes y diferencias, las cuales, muchas son definidas por el contexto específico y por la temporalidad.

Así mismo, se ha ido mencionando que actualmente el televisor es un bien doméstico que es infaltable en los hogares, pues no se puede prescindir de este, tanto en las familias numerosas, las nucleares cómo los hogares de una o dos personas; pudimos certificar este cuestionamiento al observar en las viviendas visitadas, las cantidades de televisores que poseen y la importancia que este artefacto tiene: más del 60% de los encuestados considera que el televisor tiene de 1 a 5, 4 y 5 puntos de importancia (Figura 2) y ninguno dio la respuesta más mínima (1) para designar la relevancia del objeto, interpretando que sí se cumple con lo anteriormente dicho.

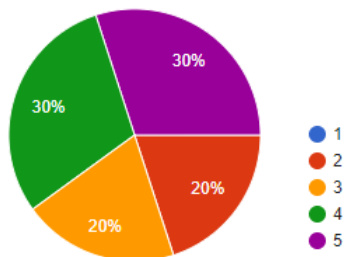


Figura 6. Tomado de encuesta realizada. Calificación de Importancia del televisor

Respecto a la presencia infaltable de los televisores en los hogares, dicha presencia comienza a denominar el televisor como elemento que complementa o ajusta los encuentros sociales en el hogar, generando puntos en común al compartir pensamientos e ideales colectivos pero, que a su vez ese mismo alto nivel de estimulación que posee en los televidentes lo convierten en directriz de actividades y/o rutinas, que mientras por un lado se encarga de unir, por otro se encarga de separar o dividir, logrando que cada sujeto se identifique con otros de sus semejantes o que se identifique más consigo mismo y logre establecer una nueva zona personal mucho más amplia y basada en lo que el televisor le transmite, dejando en

evidencia las individualidades más marcadas de cada ser.



Figura 7, Foto tomada de Trabajo de campo. "El televisor como elemento que hace parte de la intimidad". Vivienda de Camilo Arredondo

A demás de esto entonces, se encuentra el televisor como un artefacto de refuerzo, es decir, sus características y altos niveles de estimulación se encargan de reforzar la socialización y la individualidad dentro de cada hogar, siendo ambivalente en este sentido. Comienza esto a convertirse en partícipe fundamental de los hábitos de cada individuo, ya sea solo o en compañía, causando la identificación del sujeto con lo que ve reflejado en la pantalla y donde ahora se establece un vínculo con el artefacto, pudiendo definirlo entonces como un elemento de complemento para momentos siendo creador de vínculos para y con el espectador o espectadores en cuestión, siendo parte de manera implícita de la privacidad del sujeto, llevándolo a modificar sus hábitos en el hogar y/o acompañarlo en distintas actividades.

Así pues, el televisor hará parte ahora del espacio, por lo tanto requiere mínimamente un lugar en la vivienda y la reacomodación de otros elementos que le permitan realizar mejor su función conservando siempre la sensación de compañía y por el contrario nunca reduciendo sus capacidades, lo que estaría validando los altos niveles de importancia

obtenidos en los resultados de la investigación.

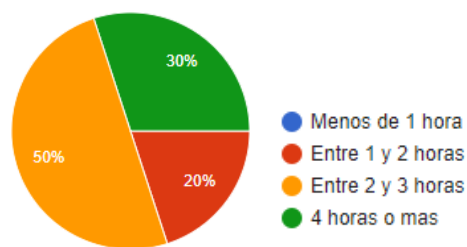


Figura 8, Tomado de encuesta realizada. Tiempo estimado de uso diario del televisor en el hogar

Como se ha venido explicando, no solo en el planteamiento de la investigación, sino, en todo los ítems del proyecto, al electrodoméstico se le ha ido denominando como un objeto que no falta en los hogares, es decir, indispensable, alternando evidentemente los espacios y la comunicación familiar, que ahora se convierte en un aspecto más descentralizado por la cantidad de televisores en las viviendas y por los deseos a satisfacer de cada individuo.

Específicamente una de las preguntas de la herramienta de encuestas hace énfasis en cuantos televisores hay por casa, y lo más relevante es que se pudo verificar que lo dicho en la teoría se ve reflejada en la práctica. El 50 % de nuestros entrevistados contestaron que tienen 3 televisores en sus hogares, teniendo en cuenta que esta respuesta se dio por parte de varias tipologías de hogar, pues no solo las familias nucleares tienen varios televisores, sino, personas que viven solas también poseen más que uno. Siguiendo las estadísticas se obtuvo un 20% para 2 televisores por hogar, igualmente el porcentaje para 5 televisores, finalmente con un 10 % hay hogares con 4 de estos electrodomésticos. Consideramos que, aunque estas cantidades son importantes,

es aún más relevante notar que por hogar hay más de un televisor; así sean espacios donde habite una o dos personas no es suficiente con uno de estos.

Televisión y Costumbres

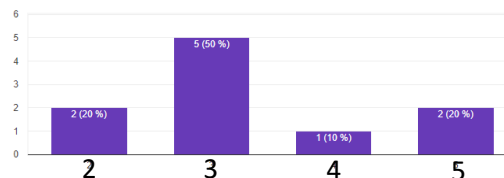


Figura 9. Tomado de encuesta realizada. Cantidad de televisores en el hogar.

Las actividades del hogar sufren modificaciones en función del artefacto, ya sea en términos espaciales o situacionales, donde ahora la presencia de un integrante más con funciones comunicativas en un solo sentido (emisión de la información) implica el reacomodamiento de la rutina de manera tal que el objeto pueda cumplir un papel de compañía en la medida que cada usuario lo requiera, uno de estos es términos de tiempo, donde cada uno ajustaría sus horarios para no interferir con la programación que brinda el televisor. Siendo el segundo escenario el de integrar el artefacto a la práctica que se vaya a realizar, sin prescindir de él.



Figura 10. Foto tomada de Trabajo de campo. Vivienda de Catalina Córdoba.

Por el contrario. No es constante, ni más destacado que los televidentes hagan o practiquen otras actividades mientras están viendo la televisión, pues más del 50% no lo hace. Sin embargo, no se debe dejar a un lado a los que si realizan otros quehaceres en simultaneo con la televisión. De estos los más frecuentes son: comer y estudiar, actividades que se pueden realizar con poco o nulos movimientos espaciales y que se pueden estar frente a la pantalla (Figura 5). Consideramos que a lo que nos lleva este propio cuestionamiento es, a indagar un poco más de manera directamente participante con cada sujeto.

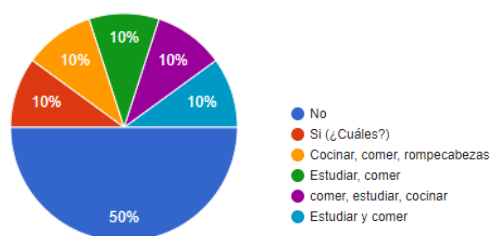


Figura 11, Tomado de encuesta realizada. Actividades realizadas de manera paralela mientras se ve televisión.

Dichas Dinámicas realizadas en medio del hogar están muy relacionadas con el televisor, en los cuales agentes de este mismo espacio se ven involucrados por los programas de intereses que muestra la pequeña pantalla, provocando así que se den agrupaciones o distanciamientos dentro de la misma vivienda para disponerse o no a ver las señales televisivas. Según esto, el uso del aparato electrónico será escogido por el televidente y sus deseos, acompañándose de familiares, amigos o en su defecto, solo en su intimidad.

Miembro de la Familia

En los resultados se pudo evidenciar cómo las personas suelen hacer uso la mayoría de veces de este artefacto. A esto, la respuesta más calificada con un 40 % fue ver televisión solo y con un 30 % con la familia, por otro lado un 10% con amigos y un 20 % todas las anteriores; es importante recordar que entre los tipos de hogares que contestaron estas encuestas, dos hacen parte de familias nucleares y viviendas de una sola persona, y esto nos arroja las dos principales respuestas y destacándose estas formas de usar el electrodoméstico.

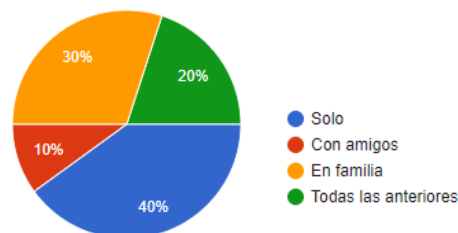


Figura 12. Tomado de encuesta realizada. Con quien suele hacer uso del televisor

Por otro lado, consecuentes con la alta importancia evidenciada en el uso y posesión del televisor hallada durante el proceso investigativo, es pertinente recalcar cómo afecta dicha importancia que se le da al objeto en el hogar, pudiendo establecer varias situaciones, en donde una de estas permite develar que las zonas o espacios donde está el televisor y que son destinadas en gran medida para el uso del artefacto, tienden a ser más llamativas o con mayor riqueza objetual (Figura 8), se convierten en zonas especiales propias de la actividad y que son utilizadas para hacer otras dinámicas. En cuanto a la diversidad de prácticas sociales se refiere a las de ocio, de alimentación e incluso las de carácter académico, convirtiéndose en cierta medida en puntos concéntricos del hogar.



Figura 13, Foto tomada de Trabajo de campo. Vivienda de Dora Cifuentes. Disposición y riqueza objetual en torno al televisor

A su vez, el televisor también traspasa la barrera de lo privado y se sitúa en cada habitación de cada uno de los miembros del hogar, reforzando la individualidad de cada habitante y coincidiendo con gustos y expectativas, convirtiéndose de cierta manera en un objeto personal por un lado, pero también encuentra la ambivalencia su presencia en la habitación en el momento en que el mismo televisor convierte un espacio “privado” en algo de carácter más abierto con personas ajenas o no al hogar generando así un espacio accesible para otros que se apoya o refuerza con el mismo artefacto (Figura 7).



Figura 14. Foto tomada de Trabajo de campo. Vivienda de Valentina Zapata, presencia del televisor en la habitación.

Experiencia Televisiva

Dando continuidad a estos usos que se le otorgan al artefacto en investigación, fue relevante estudiar el concepto que muchos teóricos del tema que mencionan, y cuál es, el de la socialización entre las personas de las viviendas y sus allegados; y de qué manera ese simple objeto emisor de señales engancha a ciertos grupos sociales y los coloca en un pensamiento reflexivo y crítico que se expone en debates dentro de la misma socialización o conversación con los mismos televidentes que se encuentran allí, todos dispuestos a ver lo que está sucediendo en las pantallas. Respecto a esto, se obtuvo un 90% para la respuesta de sí; el televisor si es un integrador de personas junto con su contenido, resaltando que dicha respuesta se obtuvo de todos los tipos de hogares y que solamente un 10% dijo que no a dicha pregunta, considerando que el televisor no es un medio de socialización

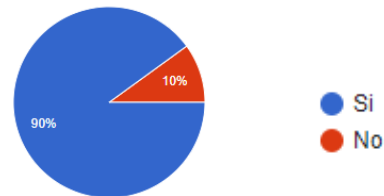


Figura 15. Tomado de encuesta realizada. Importancia del televisor como agente socializador

Realmente el televisor es un objeto importante en el hogar, un artefacto que hace parte de la familia, una especie de pseudo miembro en cada hogar y para el cual se destina tiempo y recursos; es ese elemento que comienza a ser generador de espacios y momentos donde los demás artículos se disponen alrededor de este mientras que el electrodoméstico al ser ese centro de atención que transmite ideas y comparte ideales tanto con uno como con varios televidentes, alcanza cierto estatus

dentro de la vivienda en comparación con otros objetos.

Posiciones del Televidente

Como se mencionó en varias ocasiones en el apartado del marco conceptual, se destacó mucho el valor socioeconómico que en el siglo XX el televisor otorgaba, además de dar estatus y prestigio a las familias que lo tenían, mientras que muchas no podían gozar del lujo del momento. Para la actualidad se decidió evocar este mismo asunto, preguntando a los encuestados si creen que el televisor es una muestra del estado socio-económico de quien lo posee, teniendo en cuenta la marca, el tamaño y la ubicación. En esto volvemos a tener un poco de contraste en las respuestas, pues aunque la teoría nos afirma este fenómeno, ahora y en la zona investigada la mayoría de las personas entrevistadas con un 60% no creen o no consideran que este artefacto se caracterice de esta manera, sin dejar a un lado el otro 40% que por el contrario afirma que si puede ser así.

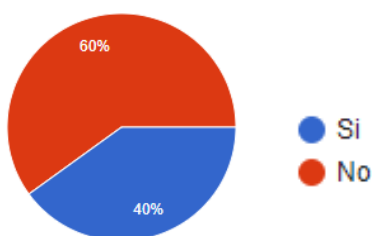


Figura 16. Tomado de encuesta realizada. Consideración del estado socio-económico del televisor

Espacialidad propuesta por la pequeña pantalla.

Finalmente para este apartado de resultados fue muy valioso dentro de los casos de estudio utilizar como herramienta, un mapa de distribución del televisor dentro de las diferentes

viviendas, el cual dio un análisis de espacios y ubicaciones estratégicos en el que los habitantes lo sitúan. Estos suelen colocarse en las mismas partes, indiferente del tipo de familia que allí conviva, compartiendo un mismo imaginario colectivo de considerar que este artefacto tendrá todas las miradas dentro del hogar.

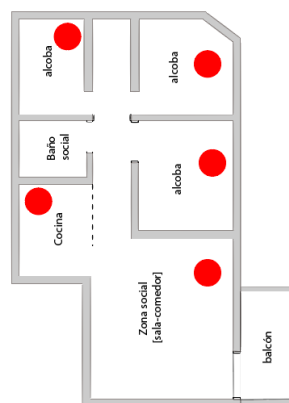


Figura 17. Tomado del marco metodológico. Mapa de distribución del televisor en los hogares

5. CONCLUSIONES

Finalmente, se encuentra entonces un claro punto en común sobre el televisor y se afirma la idea de que este artefacto es posiblemente en la actualidad el objeto más importante en el hogar, alrededor del cual existen ciertas posiciones colectivas que establecen o definen ritualidades y que se expande de generación en generación en los últimos años: Desde sus ubicaciones en el hogar que son casi una aparente normativa social, hasta las subjetividades que encierra y que se reflejan tanto en cada individuo que hace parte del hogar, como de quienes no hacen parte pero se comportan de una manera generalizada frente al aparato en un contexto hogareño ajeno a su estar.

El objeto infaltable, sin duda es el televisor, no solo por lo que dicen las encuestas que fuera de nuestra

investigación se han realizado, cómo las encuestas realizadas por el DANE y las de los programas de ECV, sino también por lo visto en nuestro marco conceptual y el trabajo de campo, ya que el desarrollo de todo un sistema televisivo no solo se queda como un medio informativo sino también a generar contenidos de carácter recreativo, lúdico y hasta de acompañamiento con voces, imágenes y sonidos; esto se sigue respaldando con lo que se dice el autor Omar Ricon en su libro *Televisión, Video y Subjetividad*, sobre el artefacto más accesible para todos que entrelaza culturas, ideas y pensamientos, siendo este, el objeto imprescindible. Reforzando que los entrevistados dieron los valores más altos (4-5) en una escala de 1-5 para la importancia que ellos piensan que tienen el artefacto televisivo

Contrario a las dos anteriores afirmaciones, mientras a lo que respecta del estado socio-económico que muestra la obtención de un televisor, se ve muy discutible con lo dicho en la teoría, puesto que, a lo largo de los años el televisor es un objeto que ha perdurado mucho y que puede ser entregado de generación en generación y es común encontrar que en todos los hogares se tiene mínimo uno de estos objetos. Por eso, el tener ahora dicho artefacto no es que destaque mucho a las personas en su estado económico; así como lo expresan los entrevistados con un porcentaje máximo en la respuesta de que no consideran al televisor como símbolo de alto estado económico dentro de la sociedad

Sin embargo se debe comprender que la zona entrevistada o escogida para realizar el trabajo práctico, aunque si es una comunidad que abarca varios estratos, no está catalogada como espacio que sufre de altas carencias, por ello su respuesta a que el televisor no les otorga estatus. Mientras

que si nos remitimos a otros contextos donde no se presenten muchos recursos económicos, si sería posible que se destaquen más las personas que poseen televisores, sin importar su tamaño, marca o funciones extra; esto les posibilitará destacarse, aunque no sea el caso, con más adquisición monetaria que los demás, un ejemplo claro de estos contextos son los inquilinatos o casas de estancia.

Mientras que el televisor se cataloga como un objeto de cotidianidad, que reconstruye escenarios y dinámicas alrededor de este; también se fue posicionando como un elemento omnipresente en los hogares como lo afirma Fernando Vidal en *Pensar la TV en el centenario del Macluhan*, ya que en este punto se ha centrado gran parte de nuestra tarea de indagación sobre el fenómeno cultural y social que dicho artefacto de la TV ha generado, donde el punto más crítico y en donde se genera más tensión, es en el momento que su uso y connotación cambia, donde no solo es el objeto que está en las casas para ser medio de información y comunicación si no que se convierte en un objeto indispensable para el ocio, diversión y acompañamiento en los hogares. Se elimina entonces ese sentido de reconocimiento y de estatus y se pasa a querer subsanar necesidades y deseos propios.

A partir de esto se pudo demarcar la importancia del televisor en las viviendas de acuerdo a su ubicación y organización en cual comienza a redistribuir los demás elementos que se encuentra alrededor de él, es decir, el artefacto va a ocupar rincones o espacios que serán epicentro para los hogares, como un punto focal al cual llegarán todas las miradas, disponiendo los demás objetos a favor o en virtud para el uso del televisor, desde muebles, comedores, mesas, adornos y demás. Al comprobar que en los diferentes

tipos de vivienda hay como mínimo un televisor, se debe situar en lugares en los que los habitantes de la casa puedan ponerse enfrente de él y así mismo ir desarrollando actividades del día a día junto con el acompañamiento del televisor. No obstante, para este punto el autor Federico Medina hace énfasis en que este electrodoméstico está dentro del paquete de bienes que indican el nivel de calidad de vida de las familias, destacando sus aspiraciones y el lugar que ocupan en la sociedad.



Figura 18. Foto tomada de Trabajo de campo. Vivienda de Juliana Zapata, redistribución del espacio entorno al televisor.

Así mismo, en lo que se refiere a ocio y comunicación, y como se acaba de enunciar, el televisor se convierte hoy en día en un punto focal, en directriz de acompañar o complementar prácticas domésticas. Con un porcentaje más alto en la pregunta de cómo interviene el electrodoméstico en los hogares, se respondió que si consideran al desarrollar ciertas acciones o actividades domésticas, el televisor si es un elemento que las ha ido cambiando, distorsionando y/o acompañando. Mientras que a la vez de estar en función de algo en específico de la vivienda, realizan juicios de valor o adoptan posiciones de lo que en simultáneo están viendo y escuchando

Por otro lado para el objetivo de identificar los cambios en las prácticas domésticas dadas por el televisor en los hogares, se encontró una valoración muy alta para la afirmación del electrodoméstico como posibilitadora de encuentros sociales, a los cuales comenzó a acompañar y ser agente segregador, que genera por un lado opiniones, ideas, debates; pero por otro solo es un objeto que emite señales y acompaña dicha reunión en los hogares, sin cambiar los principales sitios de encuentro, como sala, comedor, sino que los re-estructura y los lleva a estar en función de él.

Para este mismo objetivo, se llegó al resultado de que el artefacto televisivo en muchos hogares altera encuentros entre los mismos habitantes debido a las preferencias y gustos, quienes al ver la televisión crean barreras y establecen distintas percepciones entre los mismas personas de la vivienda; por tal motivo se observa el fenómeno de dos televisores o más en las casas, uno en las habitaciones y aparte otro en la sala, a lo que Alonso Aguilar en *Televisión y vida privada* menciona como objeto caracterizado por ser tan personal como se desee y tan social como se permita.

Continuando específicamente con el primer objetivo, se pudo interpretar al electrodoméstico como de manera implícita se convierte en un educador de hogares y una ventana abierta de ideas e ideales que se enseña a vivir. Este artefacto que como hemos llamado el proyecto ha sido generador de tensión desde la primera parte de complementar las necesidades humanas poco a poco ha penetrado en el contexto tanto social como político y económico, por el cual se transforman de manera directa como se ve la realidad, al mismo tiempo que se va distorsionando, siendo los televidentes los principales

personajes a los que dicho fenómeno afecta. Definimos la tensión entonces, en el momento en el cual el televisor irrumpe los escenarios cotidianos al punto de tenerle un valor simbólico al objeto, cautivando tanto a los usuarios o en este caso espectadores, hasta que desmaterialice el espacio en el que se encuentra y lo transporta a unas verdades intangibles a las que en muchos casos ni se puede acceder, pero que a su vez complementa vacíos que se tienen frente a la pequeña pantalla.

Este mismo televisor se convierte en interfaz de asuntos de la vida ordinaria, siendo, como lo menciona Susana Blas en *El cuerpo del Televisor*, el educador del mañana sin límites ni espaciales ni sociales, aumentando y alimentando la tensión que comienza a forjarse en la medida que el tiempo avanza, junto con los procesos de globalización e interés propios de cada ser, los cuales avanzan y expresan vivencias casi imaginarias atentando de manera indirecta con procesos culturales, creencias, personas y naciones.

Como menciona Fernando Aranguren en una convergencia creativa, se logró acercar a reafirmar la idea sobre el rol del televisor sobre lo determinante que se ha convertido en ser configurador y estratégico en las disciplinas pedagógicas y enculturadoras, las cuales hacen que se comiencen a encaminar ciertos modos de vivir, de imaginarios y de sensibilidad en los ámbitos, tanto personales como sociales donde conforme al paso de los años y las épocas, el televisor se va a

adaptando a ellas y por consiguiente sus contenidos y visualizaciones, siempre con el objetivo de mostrar el presente y más que todo el futuro, la prospectiva y aspectos que en muchos casos son inalcanzables. Así mismo, vuelve a integrarse o a ligarse el concepto de la tensión que ahora aparece cuando se trazan o exponen realidades alternas, muy lejanas a las que el ser humano está viviendo, desligándolo de su entorno doméstico y social delimitando nuevas generaciones y denotaciones a lo que se tenían como funcionalidad del televisor.

Finalmente, la investigación compete a la disciplina del Diseño Industrial en cuánto a la forma en la que se estudia el artefacto y sus connotaciones a lo largo de su ciclo evolutivo tanto de manera objetual como interpretativa, reconociendo cómo un artefacto de carácter funcional en sus inicios logra trascender, permanecer y convertirse a partir de su función en algo más que un simple objeto diseñado para suplir una necesidad y adquiere funciones alternas que involucran la subjetividad del ser, vinculando directa e indirectamente un sujeto, un espacio y un contexto social del cual ahora es partícipe y en dónde su presencia se nota a partir de todas las nuevas significaciones que adquiere: acompañante, educador y mediador.

Así, nos encontramos entonces inmersos en un momento en el cuál un artefacto logró escalar diferentes posiciones hasta convertirse en un objeto integral si se pudiese comparar con otro objeto que compartiera espacialidad con él.

8. ANEXOS

Anexo 1

ACTIVIDAD	SEMANA															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Construcción del marco metodológico	x	x	x													
Diseño de Herramientas				x												
Prueba piloto					x											
Verificación resultados prueba piloto						x										
Trabajo de campo							x	x	x							
Síntesis de la información										x	x					
Correcciones												x	x			
Entrega de resultados														x	x	x

Anexo 2

Objetivo Especifico	Herramienta	Técnica
---------------------	-------------	---------

<p>Identificar los cambios en las prácticas domesticas dadas por el televisor en los hogares</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Guía de Observación 2. Ficha de Registro de Datos 3. Fichas de registro fotográfico 4. Guía de entrevista estructurada con preguntas abiertas 5. Grabadores 6. Block de notas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observación Directa: se podrán obtener datos e información mediante la percepción directa para así tener descripciones de las prácticas domésticas y conocer la participación del televisor en dichas para realizar inferencias de la misma. 2. Observación Directa Participante: de esta manera se pueden evidenciar de otra manera, los datos, pero en condiciones controladas donde como investigadores participamos de la situación. 3. Análisis Documental: se podrán tener datos de fuentes secundarias, revistas, libros, periódicos, las cuales pueden ser trabajados en el marco teórico y así determinar variables y cambios en las prácticas domésticas 4. Análisis de contenido: con esta técnica se ahondará en describir tendencias en contenidos de comunicación que reflejan actitudes y valores de dichas prácticas cambiantes. 5. Entrevistas: Con esta técnica en particular se podrán dar relaciones de diálogo entre la población y el entrevistador.
--	---	---

<p>Interpretar las valoraciones que se le han dado al televisor dentro de los hogares</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escala de actitudes 2. Formato de encuestas con preguntas de si y no 3. Formato de encuestas con preguntas múltiples 4. Ficha de Registro de Datos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Encuesta: de esta manera, podrá conocer diferentes variables que dan las valoraciones al televisor, con respuestas más acertadas que nos darán confidencialidad. 2. Entrevistas: relaciones directas con preguntas seleccionadas y previamente diseñadas para la población donde no solo involucre asuntos del televisor, sino factores asociados a este. 3. Análisis de contenido: con esta técnica se ahondará en describir tendencias en contenidos de comunicación que reflejan actitudes y valores de dichas prácticas cambiantes
---	--	---

<p>Reconocer la ubicación y las modificaciones que tiene el televisor en las diferentes estructuras de vivienda</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fichas fotográficas 2. Fichas de registro de datos 3. Ficha de Cuadros comparativos 4. Mapas de ubicaciones 5. Grabaciones 6. Guía de Cuestionario 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Observación Directa: Es fundamental observar y llevar registro de las diferentes modificaciones y ubicación del televisor en el hogar, de esta manera se podrán reconocer valoraciones e importancia de este artefacto 2. Observación Directa Participante: participar en algunos momentos donde el foco del hogar sea entorno al televisor de manera que entremos en relación con los entrevistados y conocer las modificaciones que este objeto presenta 3. Método comparativo: analizar diferentes estructuras de vivienda para marcar puntos o ubicaciones que los televisores tienen en los hogares y el porqué de ellos 4. Cuestionario: con un conjunto de preguntas destinadas con un mismo objetivo, de reconocer las ubicaciones y modificaciones del televisor en los hogares se podrá recoger, procesar y analizar información sobre dicho tema con las respuestas de la población
---	--	--

9. REFERENCIAS

- Aguilar, G. (2002). Television y vida privada. En F. D. Madero, *Historia de la vida privada en la Argentina* (pág. 257). Buenos Aires : Taurus.
- Aranguren, F. (22 de Noviembre de 2003). Educación y Televisión: una convergencia creativa. (G. Comunicar, Ed.) *Comunicar*, V. 22, 132 - 136.
- Badajoz, S. R. (17 de Julio de 2006). Cultura y Television: una controvertida relacion. (G. Comunicar, Ed.) *Comunicar*, V. 28, 177 - 182.
- Bernardi, F. (Noviembre Diciembre de 2007). Movilidad social y dinámicas familiares. *internacional de sociología*, V. 45(N. 48), 33 - 54.
- Blas, S. (1998). El cuerpo del Televisor. *La ballsa de la medusa*(N. 47), 67 - 87.
- Builes, N. (2006). Vida, muerte y reencarnacion de los objetos. *Iconofacto*, V. 2(N. 3), 39 - 60.
- Cuervo, J. J. (Diciembre de 2010). ¿Vivienda, cada, hogar ? *Iconofacto*, V. 6(N. 7), 70 - 88.
- Fernandez, F. V. (Febrero de 2012). Pensar la TV en el centerario del macluhan. *Miscelánea Comillas* , V. 70 (N. 136), 265 - 283.
- Ferres, J. (22 de Julio de 2005). La familia frente al televisor. *comunicar*. 25, V. 25 , 237 - 242.
- Franco, D. (ABRIL de 2011). El televidente no nace, se hace. *Razon y Palabra*(N. 75).
- Fuenzalida, V. (1987). La influencia cultural del televisor. *Dialogos de la comunicación* (N. 17).
- Ghirardi, M. (2009). *dinámicas familiares*.
- Gonzalez, D. F. (2011). El televidente no nace, se hace. *Razon y palabra*(N. 75), 2.
- Holtzman, W. H. (1983). *Impacto de la televisión educativa en la infancia*. Texas: Paris 7a.
- Marín, E. L. (2009). *Los imaginarios de la cultura somática*. Medellín: Libro Arte Ltda.
- Medina, F. (2009). *La mirada semiótica*. Medellín: U. Pontificia Bolivariana.
- Olabuénaga, J. I. (2012). Metodología de la investigación cualitativa. *Universidad de Deusto*, V. 15 , 1 - 342.
- Osorio, G. (2012). Televisión y Producción de interacciones comunicativas. (U. d. Guadalajara, Ed.) *Nueva Época*(N. 18), 39 - 54.
- Pérez, I. (22 de Mayo de 2009). La domesticacion de la "tele". *Mar de Plata*(N. 39), 84 - 105.
- Relph, E. (2008). Place and Placelessness. (Vallentine, Ed.) *Key Texts in Human Geography*, 43 - 51.

- Rincon, O. (2001). *Television, Video y Subjetividad*. Bogota: Editorial Norma.
- Rodriguez, M. C. (2003). *Propuesta de programa de televisión formativo para niños: Análisis de audiencia y producción*. Puebla : Licenciatura en Ciencias de la Comunicación .
- Ruiz, J. (2006). *Practicas Culturales Televisivas en Medellin*. Medellín.
- Sanchez, F. (1997). Television y educación: un desafio posible. (U. d. Salamanca, Ed.) *Aula* , V. 9 , 139 - 161.
- Sanin, J. D. (2008). Hogar en Tránsito . *Antípoda*, 31 - 61 .
- Sañudo, L. G. (2008). *Los espacios domésticos de la vivienda como arquitectura sustentable*. Medellín: U. Pontificia Bolivariana .
- Sevilla, A. L. (2005). Television y telespectadores. *Comunicar*, V. 25 , 203 - 210 .