

ANEXO 3. GRUPOS FOCALES

TABLA DE CONTENIDO

MUESTRA	2
PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	4
PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	5
CRITERIOS CONCEPTUALES DE DISEÑO DE GRUPOS FOCALES	5
INSTRUMENTO.....	8
INSTRUCTIVO	10

PRESENTACIÓN

El grupo focal es un instrumento que permite recabar información cualitativa sobre los sujetos analizados. En este caso permite profundizar en aspectos que las encuestas contemplan de un modo más restrictivo. Las características propias de los grupos focales permiten ahondar en aspectos de los cuales una encuesta sólo puede dar una percepción general e, incluso, que emerjan temas previamente no contemplados. El grupo focal enfatiza en la exposición y discusión de experiencias y posiciones personales en función del tema central propuesto por el investigador. Por su carácter dialógico, es posible profundizar en determinados aspectos de las percepciones y relaciones de la audiencia con la televisión pública, no sólo a partir de su discurso oral, sino también a partir de aspectos como la entonación y la gestualidad. Su diferencia respecto a las entrevistas es que su condición dialógica grupal permite la confrontación de diversos puntos de vista, lo que genera altos niveles de involucramiento en la discusión los cuales potencian el discurso, la entonación y la gestualidad, y permiten que emerjan las estructuras cognitivas y psicológicas de los participantes de modos directos.

MUESTRA

La muestra total de grupos focales consta de 18 grupos. La constitución de cada uno oscila entre 6 y 12 participantes, elegidos en función de la variedad de sus características sociodemográficas (previamente identificadas a través de la encuesta en la mayoría de los casos), criterios de conveniencia y su manifestación expresa de estar dispuestos a ser parte de los grupos focales.

El criterio de selección de los municipios en los cuales se realizan los grupos focales ha sido determinado a partir de la división zonal establecida desde la ANTV, de modo tal que se garantice la equitativa representación de cada una de las zonas, realizando dos grupos focales en cada una de ellas, criterio que puede ser reevaluados en casos de situaciones logísticas derivadas del desarrollo del trabajo de campo.

Como criterio general, para cada una de las nueve zonas se realiza un grupo focal en la ciudad capital con mayor población de cada una (dada su importancia estadística en términos de su cantidad de población) y un grupo focal en otro de los municipios de la muestra establecida, a partir de diversos criterios de conveniencia definidos desde la ANTV, para profundizar en la relación entre televisión pública y las experiencias asociadas a ser parte de diversos tipos de grupos socioeconómicos, etarios, comunidades o con experiencias afines, con los criterios que se explican a continuación.

Dado que por interés explícito de la ANTV es necesario indagar en los municipios en zona de frontera, los municipios Cúcuta (Zona Santanderes), Ipiales (Zona Pacífico), San Andrés (Zona San Andrés Islas) y Leticia (Zona Amazonía) son sedes de grupos focales.

Se tienen también criterios de conveniencia para la ubicación de varios tipos poblacionales específicos: población perteneciente a minorías étnicas, población en condición de discapacidad y población LGBTI. Los municipios asociados a estos tipos de grupos poblacionales se definen a partir de documentos del DANE sobre visibilidad étnica y sobre población en condición de discapacidad, así como documentos institucionales sobre población LGBTI. Este criterio de conveniencia se define con el fin de garantizar el interés de la ANTV de tener la voz de las audiencias de televisión pública incluyendo varios grupos específicos de población.

En los casos que sea necesario, por no contar con la población requerida o identificada a través de la encuesta previa, se constituyen los grupos focales a partir de contactos con organizaciones y/o la aplicación del filtro a diversas personas para determinar que los participantes cumplan con la característica requerida de haber visto alguno de los canales nacionales o regionales de televisión pública en el último mes.

En cuanto a la diversidad de otras características sociodemográficas, se busca que en los grupos focales no relacionados con grupos poblacionales específicos haya presencia aleatoria de hombres y mujeres, diversos grupos etarios y estratos socioeconómicos.

Definidos estos criterios, la muestra de grupos focales quedó constituida del siguiente modo.

MUESTRA GRUPOS FOCALES - ESTUDIO AUDIENCIAS		
REGIÓN	MUNICIPIO	NÚMERO TOTAL DE GRUPOS FOCALES
CARIBE	BARRANQUILLA	1
	MAHATES	1
	SAN BACILIO DE PALENQUE	1
	TOTAL	3
ANDINA	BOGOTÁ	1
	GARZÓN	1
	TOTAL	2
ORINOQUÍA	VILLAVICENCIO	1
	SARAVENA	1
	TOTAL	2
AMAZONÍA	LETICIA	1
	PUERTO ASÍS	1
	TOTAL	2
PACÍFICO	CALI	1
	IPIALES	1

	TOTAL	2
ANTIOQUIA	MEDELLÍN	1
	DABEIBA	1
	TOTAL	2
SANTANDER	CÚCUTA	1
	PIEDRECUESTA	1
	TOTAL	2
CAFETERA	MANIZALES	1
	MONTENEGRO	1
	TOTAL	2
SAN ANDRÉS ISLAS	SAN ANDRÉS	1
	TOTAL	1
		18

PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La guía de un grupo focal se desarrolla con la participación de 6 a 10 personas invitadas y a partir de dos o tres preguntas lo suficientemente generales para originar debate, y lo suficientemente específicas para generar algunas conclusiones sobre el tema. Se incluyen preguntas iniciales que permitan romper el hielo y propiciar las condiciones de la discusión, a partir de temas comunes a los asistentes y poco invasivos. Cada una de las preguntas tiene además un temario “oculto” previamente estudiado por quien guía el desarrollo del grupo focal. El temario es un insumo para repreguntar y profundizar en temas que con la pregunta general no estén siendo resueltos y se requiere que sean abordados. Las preguntas siguen el protocolo de pasar de lo general a lo particular y de lo simple a lo complejo con preguntas más específicas.

El taller inicia presentando el tema central a desarrollar y con la presentación de cada uno de los asistentes.

Las preguntas son readecuadas por el moderador en función del criterio de constitución de cada grupo y el lugar en el cual se realice el grupo focal. Por ejemplo, si hay características que son comunes entre todos los asistentes, se plantea "la gente de por aquí" en el caso de comunidades pequeñas o "ustedes como grupo" si se trata de grupos poblacionales específicos. Si el grupo es más heterogéneo y/o se desarrolla en una ciudad de amplia población, se utiliza el “ustedes” para interpelar a los asistentes.

Al final del desarrollo de las preguntas asociadas a cada categoría conceptual, el moderador realiza un pequeño resumen para ser aprobado por los asistentes.

Durante la reunión cara a cara, que dura entre 60 y 120 minutos, una persona entrenada para tal fin hace las veces de guía de la discusión proponiendo uno a uno los temas específicos a ser desarrollados por los integrantes del grupo, mientras una o dos personas entrenadas

hacen la grabación en audio y toman nota de las observaciones del desarrollo de los grupos focales.

PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS

La discusión de cada uno de los grupos focales se transcribe, se divide en las categorías y subcategorías definidas en el diseño conceptual del instrumento para ser articulada en el análisis y se triangula con la información proveniente de las entrevistas y las encuestas.

CRITERIOS CONCEPTUALES DE DISEÑO DE GRUPOS FOCALES

La guía del grupo focal consta de cinco preguntas abiertas, una de inducción, otra de introducción general al tema y tres de carácter específico frente a los objetivos de la investigación. Cada pregunta cuenta con un temario oculto que la persona que guía la discusión debe introducir a medida que se desarrolla la discusión. Al final del desarrollo de las preguntas asociadas a cada categoría, la guía realiza un pequeño resumen para ir siendo aprobado por los participantes.

Con el grupo focal se busca profundizar en aspectos específicos de las categorías de análisis ya establecidas para todos los componentes del estudio de audiencias. En este caso, las categorías son aplicadas del siguiente modo:

CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS PARA LOS GRUPOS FOCALES - ESTUDIO DE AUDIENCIAS	
TALLER: "VIENDO LA TELEVISIÓN PÚBLICA"	
CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Autopercepción de las audiencias	Percepción sobre caracterización de la población
	Percepción sobre ocupaciones y actividades principales
	Percepción sobre el uso del tiempo libre
Relaciones con la televisión en general	Preferencias de consumo televisivo general
	Motivaciones asociadas al consumo televisivo
	Percepción de la relevancia de la televisión en la vida diaria
Relaciones con la televisión pública	Preferencias de consumo de canales públicos
	Percepción sobre las características de la oferta televisiva pública preferida
	Percepción sobre los rasgos diferenciadores de los canales de televisión pública
	Percepción de características ideales de la televisión pública
Imaginario sobre la televisión pública y sus audiencias	Percepción sobre las características de las audiencias de televisión pública
	Percepción sobre las preferencias de las audiencias de televisión públicas
	Percepción sobre las motivaciones de las audiencias para ver televisión pública nacional y regional

	Percepción sobre el desinterés de algunas audiencias en la televisión pública
	Imaginario sobre la televisión pública
Importancia de la televisión pública en la vida de las audiencias	Percepción sobre la importancia de la televisión pública
	Percepción sobre la utilidad de la televisión pública
	Percepción sobre la representación de regiones y grupos poblacionales

A cada subcategoría le corresponde una pregunta, del modo como se presenta a continuación.

TALLER: “VIENDO LA TELEVISIÓN PÚBLICA”		
CATEGORÍAS, SUBCATEGORÍAS Y PREGUNTAS PARA LOS GRUPOS FOCALES - ESTUDIO DE AUDIENCIAS		
CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	PREGUNTAS
Autopercepción de las audiencias	(Pregunta guía)	¿Cómo dirían ustedes que es la gente de esta comunidad/ciudad/región?
	Percepción sobre caracterización de la población	¿Cuáles son las características principales de su comunidad?
	Percepción sobre ocupaciones y actividades principales	¿Ustedes (y en general la gente de aquí) a qué se dedican?
	Percepción sobre el uso del tiempo libre	¿Qué hace la gente de aquí en su tiempo libre?
Relaciones con la televisión en general	(Pregunta guía)	Hablemos de lo que ustedes ven en televisión, ¿qué televisión les gusta ver?
	Preferencias de consumo televisivo general	¿Qué canales, tipos de programas y temas les gustan más en televisión?
	Motivaciones asociadas al consumo televisivo	¿Por qué les gusta ver esos canales y programas?
	Percepción de la relevancia de la televisión en la vida diaria	¿Qué tan importante es la televisión en la vida de ustedes?
Relaciones con la televisión pública	(Pregunta guía)	Y de la televisión pública, de Señal Colombia, Señal Institucional y de los canales regionales, ¿qué les gusta ver y por qué?
	Preferencias de consumo de canales públicos	¿Qué canales, tipos de programas y temas les gustan más en la televisión pública?
	Percepción sobre las características de la oferta televisiva pública preferida	¿Cuáles dirían ustedes que son las características de los canales de televisión pública que ustedes ven?

	Percepción sobre los rasgos diferenciadores de los canales de televisión pública	¿Creen ustedes que existen diferencias entre los programas y los canales de televisión pública que ustedes ven y los programas y los canales de televisión comercial o los extranjeros? ¿Cuáles serían esas diferencias?
	Percepción de características ideales de la televisión pública	¿Cómo creen que podrían mejorarse los programas y la televisión pública que ustedes ven?
Imaginario sobre la televisión pública y sus audiencias	(Pregunta guía)	¿A quiénes creen ustedes que les gusta ver la televisión pública?
	Percepción sobre las características de las audiencias de televisión pública	¿Qué tienen en común las personas que ven televisión pública nacional o regional?
	Percepción sobre las preferencias de las audiencias de televisión públicas	¿Qué tipos de canales, programas y temas creen que prefiere ver la gente en televisión pública?
	Percepción sobre las motivaciones de las audiencias para ver televisión pública nacional y regional	¿Por qué creen que la gente ve televisión pública nacional y regional?
	Percepción sobre el desinterés de algunas audiencias en la televisión pública	¿Por qué creen que algunas personas no ven o no les gusta ver los canales nacionales públicos o regionales?
	Imaginario sobre la televisión pública	¿Qué buscan cuando ven canales nacionales de televisión pública como Señal Colombia, o cuando ven un canal regional, qué esperan encontrar?
Importancia de la televisión pública en la vida de las audiencias	(Pregunta guía)	¿Qué opinan ustedes de las relaciones entre lo que les ofrece la televisión pública y ustedes como personas, como comunidades, como región?
	Percepción sobre la importancia de la televisión pública	¿Qué tan importante es la televisión pública en la vida de ustedes o de la gente/su comunidad/su región?
	Percepción sobre la utilidad de la televisión pública	¿De qué manera creen ustedes que los temas de los canales públicos les sirven para su vida diaria o para la vida de su comunidad (o municipio)?
	Percepción sobre la representación de regiones y grupos poblacionales	¿Cómo se sienten ustedes representados en la televisión pública? ¿Cómo sienten que es representada su región/grupo/municipio en la televisión pública?

INSTRUMENTO

Presentación

El objetivo de este grupo focal es conocer sus experiencias y percepciones en relación la televisión pública en Colombia. Todos ustedes han sido seleccionados porque ven canales públicos de televisión nacional y regional de diversos tipos.

Este estudio se realiza en asocio entre la ANTV (Autoridad Nacional de Televisión) y la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia. Su participación en este grupo focal es voluntaria.

Autopercepción de las audiencias

Pregunta guía:

¿Cómo dirían ustedes que es la gente de esta comunidad/ciudad/región?

Temario oculto:

¿Cuáles son las características principales de su comunidad?

¿Ustedes (y en general la gente de aquí) a qué se dedican?

¿Qué hace la gente de aquí en su tiempo libre?

Relaciones con la televisión en general

(Se muestran los logos y se propone la identificación de los nombres de los canales)

Pregunta guía:

Hablemos de lo que ustedes ven en televisión, ¿qué televisión les gusta ver?

Temario oculto:

¿Qué canales, tipos de programas y temas les gustan más en televisión?

¿Por qué les gusta ver esos canales y programas?

¿Qué tan importante es la televisión en la vida de ustedes?

Relaciones con la televisión pública

(Sobre los logros previos, se dejan solo aquellos de los canales sobre los cuales se va a discutir)

Pregunta guía:

Y de la televisión pública, de Señal Colombia, Señal Institucional y de los canales regionales, ¿qué les gusta ver y por qué?

Temario oculto:

¿Qué canales, tipos de programas y temas les gustan más en la televisión pública?

¿Cuáles dirían ustedes que son las características de los canales de televisión pública que ustedes ven?

¿Creen ustedes que existen diferencias entre los programas y los canales de televisión pública que ustedes ven y los programas y los canales de televisión comercial o los extranjeros? ¿Cuáles serían esas diferencias?

¿Cómo creen que podrían mejorarse los programas y la televisión pública que ustedes ven?

Imaginarios sobre la televisión pública y sus audiencias

Pregunta guía:

¿A quiénes creen ustedes que les gusta ver la televisión pública?

¿Qué tienen en común las personas que ven televisión pública nacional o regional?

¿Qué tipos de canales, programas y temas creen que prefiere ver la gente en televisión pública?

¿Por qué creen que la gente ve televisión pública nacional y regional?

¿Por qué creen que algunas personas no ven o no les gusta ver los canales nacionales públicos o regionales?

¿Qué buscan cuando ven canales nacionales de televisión pública como Señal Colombia, o cuando ven un canal regional, qué esperan encontrar?

Importancia de la televisión pública en la vida de las audiencias

Pregunta guía:

¿Qué opinan ustedes de las relaciones entre lo que les ofrece la televisión pública y ustedes como personas, como comunidades, como región?

Temario oculto:

¿Qué tan importante es la televisión pública en la vida de ustedes o de la gente/su comunidad/su región?

¿De qué manera creen ustedes que los temas de los canales públicos les sirven para su vida diaria o para la vida de su comunidad (o municipio)?

¿Cómo se sienten ustedes representados en la televisión pública?

¿Cómo sienten que es representada su región/grupo/municipio en la televisión pública?

INSTRUCTIVO

Para el desarrollo de los grupos focales, el equipo de investigación diseñó el siguiente instructivo con instrucciones que debían ser estudiadas y respetadas por cada uno de los guías de los grupos focales para la aplicación.

Instrucciones para el desarrollo operativo de grupos focales

Como se aprecia en la guía, hay 5 categorías que deben ser desarrolladas en los grupos focales. La categoría determina el aspecto fundamental que se quiere indagar con las preguntas que le corresponden.

Para cada categoría existe una pregunta guía que debe proponerse para empezar la discusión para cada categoría. Las siguientes preguntas de cada categoría se realizan en caso de que no hayan sido respondidas por los asistentes a partir de la pregunta guía o no hayan sido respondidas de modo suficiente.

El modo de formular la pregunta e interpelar a los asistentes depende de la composición de cada uno de los grupos, a criterio del moderador. En caso de las poblaciones pequeñas, se recomienda utilizar expresiones como “su comunidad”, “esta región”, “la gente de esta zona”. En el caso de grupos más heterogéneos, se recomienda utilizar expresiones más genéricas, como “ustedes”.

La discusión debe desarrollarse en el orden determinado en la guía, y es función del moderador que así sea. En el caso de que las respuestas de los asistentes se desvíen del temario, es responsabilidad del guía volver a encauzar la discusión, excepto que ello sea considerado por el moderador altamente disruptivo. En caso de que las respuestas de los asistentes empiecen a cubrir el temario correspondiente a otra categoría, queda a criterio del moderador determinar si es necesario volver a encauzar la discusión hacia el asunto predeterminado o si se continúa por el nuevo camino propuesto por los asistentes. En este último caso, debe dejarse constancia del suceso para la recategorización de las respuestas.

Al empezar a trabajar la categoría 2, “Relaciones con la televisión en general”, se deben ubicar los logos de los canales de televisión sobre los cuales se discute -sin el nombre- en la pared, el papelógrafo o el tablero, planteando que la discusión va a ser sobre esos canales. De modo lúdico, debe proponerse la identificación del nombre del canal correspondiente a cada uno de los logos, escribiendo el nombre completo de cada uno a medida que vayan identificándose e identificando al final aquellos que hayan quedado sin identificar por los participantes. El ejercicio puede hacerse también con el audio de las cortinillas de cada canal.

Al empezar a trabajar la categoría 3, “Relaciones con la televisión pública”, se deben ubicar los canales de televisión sobre los cuales se va a discutir a través de sus logos y/o cortinillas en video y solicitando la identificación de los mismos a los asistentes, de un modo lúdico. El guía debe tener los logos en impreso y/o las cortinillas en video de todos los canales contemplados en el estudio para cada sesión de grupo focal. El objetivo general es que las personas reconozcan los canales y expresen sus primeras reacciones ante los mismos. Los logos de los canales que los integrantes reconozcan y vean, deben permanecer en un tablero, en la pared o en un papelógrafo a la vista de todos durante el resto de la sesión. El guía debe referirse y señalar los logos cuando lo considere necesario para una clara ubicación del canal de televisión al cual los asistentes se estén refiriendo en la discusión.

Al terminar la discusión, y una vez garantizada la cobertura de todo el temario propuesto, el guía/moderador debe realizar un breve resumen de lo discutido, mientras el observador realiza el acta con el resumen. Al final, se lee el resumen y se solicita a todos los asistentes su firma en un formato predeterminado y organizado para tal fin, que la empresa contratada para el desarrollo de los grupos focales debe realizar y reportar junto con la transcripción del diálogo en cada uno de los grupos.

Instrucciones para el desarrollo temático de grupos focales

Como puede observarse a partir del cuadro, se deben abordar 5 categorías, cada una de las cuales se desarrolla a partir de dos elementos: subcategorías y preguntas. A cada una de las 5 categorías le corresponde una pregunta guía, que constituye el nodo de la discusión que se plantea, y le corresponden también de tres a cinco subcategorías, cada una de las cuales a su

vez se desarrolla a partir de una pregunta. Todo el esquema de categorías, preguntas guía, subcategorías y preguntas de profundización correspondientes, debe ser estudiado por el orientador y los auxiliares del grupo focal, para entender con claridad lo que cada una de ellas busca obtener en la discusión colectiva con el grupo de televidentes, así como para repreguntar con miras a mejorar el alcance del objetivo, o evitar repreguntar cuando en la discusión el tema ya haya sido abordado y no sea necesario insistir.

Con las preguntas de la primera categoría, **Autopercepción de las audiencias**, se pretende realizar un primer acercamiento entre los orientadores y los miembros del grupo focal a la vez que entender el modo como las personas del grupo se auto-representan. La pregunta guía es: *¿Cómo dirían ustedes que es la gente de esta comunidad/ciudad/región?* La pregunta es lo suficientemente general para propiciar muchos detalles en la descripción de la gente y de la población en la que habitan, bien sea que el grupo focal se esté desarrollando en una ciudad capital, en un municipio mediano o en una población rural. El guía debe definir el mejor modo de abordar a las personas según la constitución del grupo. Debe tenerse en cuenta que en algunos casos los grupos focales se desarrollarán con poblaciones concretas que constituyen comunidades (como la población en condición de discapacidad, la población LGBTI, o como algunas comunidades étnicas específicas), por lo cual se busca en esos casos la descripción general que los miembros del grupo hacen de ellas como comunidad, y no de la población. En los casos en que el grupo sea más heterogéneo debe abordarse la pregunta desde la región o la ciudad.

Esa primera categoría se divide en tres subcategorías. La primera de ellas, “Percepción sobre caracterización de la población”, busca identificar cuáles son los rasgos generales que para las personas convocadas tiene su población. Debe buscarse que todos los miembros del grupo aporten y complementen características que estiman propias de la población o comunidad.

La segunda subcategoría, “Percepción sobre ocupaciones y actividades principales”, pretende que se describan en mayor detalle, en caso de que no se haya hecho con ocasión de la pregunta guía, a qué se dedica la gente de la población o comunidad abordada, con miras a identificar la vocación socioeconómica de la misma.

La tercera subcategoría, “Percepción sobre el uso del tiempo libre”, se refiere a una descripción sobre aspectos complementarios de la población o la comunidad, esta vez relativos al ocio, a algunas manifestaciones culturales que les sean propias a sus gentes, por ejemplo en el campo de las artes, los deportes, los festivales y demás espacios y momentos de congregación, y en relación con su consumo de medios como prensa, radio, televisión e internet.

La segunda categoría **Relaciones con la televisión en general** permite entrar de modo más directo en el tema general del estudio a partir de la pregunta guía: *¿Qué televisión les gusta ver?* Hay tres subcategorías. La primera de ellas, “Preferencias de consumo televisivo

general” pretende conocer las preferencias de la población o comunidad -representada en los miembros del grupo- en términos del consumo de televisión, bien sea en torno a los tipos de programa, los temas, o los canales que les gustan. Es posible que en esta pregunta las respuestas avancen hacia otras subcategorías (por ejemplo, por qué tienen esas preferencias televisivas), lo cual debe permitirse y puede incluso alentarse, evitando con ello el abordaje de preguntas que están más adelante si se consideran ya resueltas.

La segunda subcategoría, “Motivaciones asociadas al consumo televisivo”, busca detallar en el conocimiento de las causas que explican por qué tienen las preferencias televisivas que han mencionado, desde el punto de vista de los convocados. Es decir, se busca resolver qué es lo que encuentran atractivo, por qué les gusta aquello que señalan preferir en la televisión.

La tercera subcategoría, “Percepción de la relevancia de la televisión en la vida diaria” quiere identificar cuál es el sentido que dichos productos televisivos de consumo preferencial y en general el consumo de televisión, tienen en la vida cotidiana de quienes constituyen el grupo focal. “Vida diaria” es una noción amplia que puede incluir su vida personal, familiar, profesional, sus vivencias en el barrio, con los vecinos, los amigos o las asociaciones a las que puedan pertenecer los participantes.

La tercera categoría, **Relaciones con la televisión pública**, busca enfocarse en el tema específico del estudio, respondiendo a la pregunta guía: *¿qué les gusta ver de la televisión pública y por qué?*. Para ello se abordan cuatro subcategorías.

La primera subcategoría es “Preferencias de consumo de canales públicos”, la cual busca particularizar en qué de lo que hay en la oferta de la televisión pública es lo que prefieren ver los miembros del grupo, ya sea en términos de canales, programas o temas.

La segunda subcategoría es “Percepción sobre las características de la oferta televisiva pública preferida”, y quiere indagar acerca de los rasgos propios que, según el grupo, tiene la televisión pública que manifiestan ver de manera preferencial. Es probable que en dicha caracterización se avance hacia la identificación de aquello que es propio y diferente en este tipo de televisión, lo cual puede ser profundizado con una nueva pregunta, en la subcategoría siguiente.

La tercera subcategoría es “Percepción sobre los rasgos diferenciadores de los canales de televisión pública”, que pretende encontrar respuestas acerca de la especificidad de la televisión pública desde la perspectiva de sus audiencias, representada en el grupo focal constituido. Aquí se obtendrán los rasgos a partir de comparaciones entre esta televisión y la televisión de tipo comercial, ya sea nacional o internacional. Es importante que aquí se logren desarrollar ejemplos concretos sobre lo que consideran diferentes en términos de objetivos y ofertas programáticas, como tipos de programas y formatos, temas abordados, modos de dirigirse a las audiencias, tipos de audiencias objetivos, horarios de emisión, ofertas a través

de dispositivos distintos al televisor a través de internet y de dispositivos como computador, tabletas o celulares y su uso de redes sociales, entre otros aspectos.

La cuarta y última subcategoría es “Percepción de características ideales de la televisión pública”, la cual recoge respuestas en torno a las sugerencias de las audiencias frente a la televisión pública, propiciando la imaginación hacia cómo sería según los miembros de las audiencias una televisión pública ideal, qué debería tener y qué debería evitar. Al igual que en la subcategoría anterior, los asistentes deberán abordar asuntos diversos en términos de objetivos, programas, temas y audiencias.

La cuarta categoría, **Imaginarios sobre la televisión pública y sus audiencias**, continúa enfocada en la televisión pública como objeto específico de la investigación, pero en un terreno más interpretativo y menos experiencial, ya que se refiere a las características que los miembros del grupo convocado le adjudican a las audiencias de la televisión pública, por lo cual se trabajará partiendo de una pregunta guía que es: *¿A quiénes creen ustedes que les gusta ver la televisión pública?* De este modo, se busca abordar los imaginarios que puedan tener acerca de la televisión pública. Esta categoría tiene cinco subcategorías.

La primera subcategoría es “Percepción sobre las características de las audiencias de televisión pública”, y apunta a conocer cuáles son las percepciones sobre los rasgos propios de los televidentes que consumen televisión pública en términos generales, más allá de los propios convocados al grupo.

La segunda subcategoría, “Percepción sobre las preferencias de las audiencias de televisión públicas” quiere conocer cuáles son según los entrevistados los canales, programas y temas que en general la gente que ve televisión pública prefiere, lo cual harán partiendo más allá de su experiencia directa, por conversaciones con otros o incluso en un terreno que puede ser un tanto especulativo, pero que da cuenta de su imaginario sobre la teleaudiencia de la televisión pública.

La tercera subcategoría “Percepción sobre las motivaciones de las audiencias para ver televisión pública nacional y regional”, en el mismo sentido que la anterior, busca obtener respuesta acerca de las causas que en el caso de terceros intervienen para el consumo de la televisión pública, pudiéndose detallar diferencias en el caso de los canales públicos nacionales y los regionales.

La cuarta subcategoría es “Percepción sobre el desinterés de algunas audiencias en la televisión pública” y pretende saber a qué aspectos de la televisión pública o de las audiencias le adjudican las personas del grupo focal el posible desinterés, la falta de consumo de la misma, por parte de quienes no son audiencia de canales regionales o públicos nacionales.

La quinta subcategoría, “Imaginarios sobre la televisión pública”, se enfoca en aquellas ideas y expectativas desde las cuales se funda el consumo de la televisión pública. De manera directa o indirecta deben hablar los miembros del grupo sobre cuál es su televisión pública ideal, tanto regional como nacional.

La quinta y última categoría se denomina **Importancia de la televisión pública en la vida de las audiencias** y se desarrolla a partir de la pregunta guía: *¿Qué opinan ustedes de las relaciones entre lo que les ofrece la televisión pública y ustedes como personas, como comunidades, como región?* Esta categoría se enfoca en lo comunitario, en las audiencias como colectivo y consta de tres subcategorías.

La primera subcategoría es la de “Percepción sobre la importancia de la televisión pública”, con la cual se espera encontrar el sentido que tiene la televisión pública para la comunidad o población a la que pertenecen los miembros del grupo. Los aportes que hace esa televisión a la región, el municipio o la comunidad. Para ello, al igual que en las siguientes subcategorías, es importante que los asistentes aludan tanto a conceptos más amplios como a ejemplos concretos que puedan aportar.

La segunda subcategoría es “Percepción sobre la utilidad de la televisión pública” y busca ahondar en la anterior, concretando la utilidad, el sentido práctico, que puede o no ser uno de los aspectos de la importancia de la televisión para la comunidad o la población específica.

La tercera y última subcategoría es “Percepción sobre la representación de regiones y grupos poblacionales”. Ella pretende retomar uno de los temas someramente tratados en la encuesta, para lograr algunos detalles específicos en términos de los aportes que la televisión pública nacional o regional está haciendo al fortalecimiento o consolidación de valores y rasgos culturales propios de la comunidad, población o región. Con ello se busca identificar si la televisión pública cumple desde la perspectiva de la audiencia representada en los miembros del grupo focal, con uno de sus objetivos claves, que es el fomento y el fortalecimiento de las culturas regionales y nacional.