



**Desarrollo de la cultura y el entretenimiento como temáticas pilares del Sistema  
Informativo de Teleantioquia**

**Trabajo de grado para optar por título de Comunicador y Periodista**

**Juan Manuel Paz Campaña**

**Asesora**

**Lina María Acosta Quiroz**

**Magister en Educación y Desarrollo Humano**

**Corporación Universitaria Lasallista  
Facultad de Ciencias Sociales y Educación  
Programa de Comunicación y Periodismo  
Caldas, Antioquia**

**2025**

## **Agradecimientos**

A mi mamá, por el amor, el cariño, la paciencia y su constante fe en mí.

A mis amigos, la segunda familia que hice en este proceso.

A los nuevos amigos del canal que me dejó esta experiencia.

A los docentes que vieron mi potencial y me impulsaron para alcanzarlo.

## Contenido

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Agradecimientos</b> .....   | <b>2</b>  |
| <b>Resumen</b> .....   | <b>5</b>  |
| <b>Justificación</b> .....   | <b>7</b>  |
| <b>Impacto Tecnológico</b> .....   | <b>7</b>  |
| <b>Impacto Social y Económico</b> .....  | <b>7</b>  |
| <b>Objetivos</b> .....   | <b>9</b>  |
| <b>Objetivo General</b> .....  | <b>9</b>  |
| <b>Objetivos Específicos</b> .....   | <b>9</b>  |
| <b>Marco teórico</b> .....   | <b>10</b> |
| <b>Cultura</b> .....   | <b>10</b> |
| <b>Entretenimiento</b> .....   | <b>11</b> |
| <b>Periodismo</b> .....  | <b>12</b> |
| <b>Televisión Regional</b> .....   | <b>13</b> |
| <b>Sistema Informativo</b> .....   | <b>14</b> |
| <b>Teleantioquia</b> .....   | <b>15</b> |
| <b>Metodología</b> .....   | <b>17</b> |
| <b>Hallazgos y Análisis de Resultados</b> .....  | <b>20</b> |
| <b>Desarrollo de la cultura y el entretenimiento como temáticas pilares del Sistema Informativo de Teleantioquia</b> ..... | <b>22</b> |
| <b>Conclusiones</b> .....  | <b>24</b> |
| <b>Recomendaciones</b> .....   | <b>25</b> |
| <b>Referencias</b> .....   | <b>26</b> |
| <b>Apéndices</b> .....   | <b>30</b> |

## Lista de Apéndices

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Apéndice A. Notas de televisión sobre el cine en Antioquia.....</b>  | <b>29</b> |
| <b>Apéndice B. Nota de televisión sobre Tendencias en cuero, en colaboración con las marcas Punto Blanco y Ballen. ....</b> | <b>30</b> |
| <b>Apéndice C. Nota de televisión sobre el municipio de Sopetrán.....</b>   | <b>31</b> |
| <b>Apéndice D. Nota de televisión sobre artistas musicales callejeros.....</b>  | <b>32</b> |
| <b>Apéndice E. Respuestas de las Entrevistas Estructuradas.....</b>   | <b>33</b> |
| <b>Apéndice F. Vista previa del software Octopus. ....</b>  | <b>37</b> |
| <b>Apéndice G. Vista del explorador de multimedia VSN. ....</b>   | <b>38</b> |

## Resumen

Hoy en día, las tecnologías y su rápido desarrollo permean casi todos los aspectos de la sociedad, transformando de manera definitiva las formas en que las personas crean y consumen los contenidos e información. El Sistema Informativo de Teleantioquia no es ajeno a este cambio de panorama, razón por la cual su línea editorial crea, desde sus secciones, contenidos de valor donde se retengan a la audiencia e incluso atraer a nuevos públicos. En este contexto, es importante que la sección de Cultura y Entretenimiento adquiera relevancia dentro de los espacios del Sistema Informativo, pues representa un factor diferencial que contribuye a la dinámica y solidez de los espacios del Sistema Informativo. Por esta razón, se plantean estrategias orientadas a implementar subtemas para visibilizar historias de personas, proyectos, artistas, entre otros en la ciudad de Medellín y su Área Metropolitana, para resaltar a los municipios del departamento de Antioquia o producir series de notas sobre temáticas culturales y de interés en la población. Todo ello, conservando los principios bajo los cuales se rige la línea editorial del Sistema Informativo. De esta manera, no solo se cumple con lo planteado, sino se fortalece la descentralización de la información ampliando la representación de las regiones, e incluso promover el desarrollo económico del canal Teleantioquia al abrir espacios para el patrocinio. La gran misión de esta propuesta es reforzar el papel del Sistema Informativo y propiamente del Canal Teleantioquia como un actor clave en el panorama mediático del departamento y del país.

**Palabras clave:** Cultura, Entretenimiento, Periodismo, Televisión regional, Sistema Informativo, Teleantioquia.

## Abstract

Nowadays, technology and its fast developing are taking part in almost every aspect of the society, definitively transforming the ways for people to create and consume contents and information. The Informative System of Teleantioquia is not detached to this change in the scenario, being that the reason for its editorial line to create, from its sections, valuable contents capable of retain the audience or even attract new public. In this context, it is important that the Culture and Entertainment section become more relevant into the spaces of the Informative System. For this reason, some goal-oriented strategies are proposed, like implementing subtopics visibilizing stories of people, projects, artists, among others in Medellín and the Metropolitan Area, highlight towns of the department of Antioquia or producing series of notes about cultural topics and interesting for the population. All this keeping the principles under which the editorial line of the Informative System is governed. This way, this work not only seek to comply with what was proposed, but also fortify decentralization of information raising the representation of regions, and even promote the economical developing of Teleantioquia by opening spaces for partnerships. The big misión of this proposal is reinforcing the role of Informative System and Teleantioquia like a key actor in the regional and national mediatic panorama.

**Keywords:** Culture, Entertainment, Journalism, Regional Television, Informative System, Teleantioquia.

## **Justificación**

### **Impacto Tecnológico**

En los tiempos actuales, la tecnología toma cada vez más importancia en todos los campos sociales. Los medios de comunicación no son ajenos a esta situación, e incluso los más tradicionales han tenido que tomar medidas para adaptarse a la nueva era tecnológica. El enfoque del Canal en general también está orientado a que los contenidos que se produzcan sean compatibles con las diversas herramientas digitales que marcan la pauta hoy en día. La sección de Cultura y Entretenimiento del Sistema Informativo busca crear información y contenidos alineados a dicho objetivo, con la idea de que se puedan replicar en redes sociales y crear nuevas audiencias para Teleantioquia.

Tomando los objetivos redactados en este trabajo como guía y referencia para cumplir esta tarea, el impacto radica no solo en la capacidad de usar las herramientas digitales y crear contenidos compatibles con estas, sino también en la capacidad de alcanzar y retener nuevos públicos, para que Teleantioquia mantenga su posición como canal regional líder del país en todos los formatos.

En síntesis, el Sistema Informativo de Teleantioquia se consolida como un pilar fundamental tanto en el ámbito social como en el económico del departamento de Antioquia. Su compromiso por informar con veracidad y descentralizar la información asegura que todas las regiones estén representadas, fortaleciendo el vínculo con una audiencia diversa y extendida a lo largo de todo el territorio. Paralelamente, la estrategia de generar espacios de pauta y fomentar alianzas con marcas y empresas no solo impulsa la innovación y mejora continua del canal, sino que también lo posiciona como una plataforma de referencia en el escenario regional. De esta forma, Teleantioquia no solo cumple su misión informativa, sino que también se erige como motor de desarrollo económico y social en la región.

### **Impacto Social y Económico**

A nivel social, la importancia del Sistema Informativo es muy importante para los habitantes del departamento de Antioquia. La línea editorial está muy bien orientada hacia el

objetivo de informar con veracidad sobre los hechos que ocurren en todas las regiones del departamento. Es necesario que todas las secciones tengan en cuenta que su público objetivo está ubicado a lo largo y ancho de toda Antioquia. Particularmente la sección de Cultura y Entretenimiento empieza a desarrollar un enfoque en el que el objetivo principal es acercarse a las regiones, adentrar el Sistema Informativo en los territorios y exponer lo que está pasando, descentralizando la información.

A nivel económico, Teleantioquia ha sido una importante vitrina para las empresas y las marcas, dada la popularidad y el alcance del canal. La idea siempre es generar espacios de pauta, pues el objetivo es que Teleantioquia no dependa únicamente de los recursos del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones FUTIC para su operación. A raíz de esta premisa, el canal ha podido hacer importantes mejoras e innovaciones que lo siguen consolidando como el canal regional número uno del país. Desde la sección de Cultura y Entretenimiento, la propuesta es realizar notas informativas alrededor de temáticas como moda, gastronomía, mascotas, entre otras; que llamen a las marcas y a las empresas a buscar espacios de patrocinio en las distintas emisiones del noticiero.

En definitiva, la integración de las herramientas digitales en la producción de contenidos se presenta como una necesidad imperante en la era tecnológica actual. La sección de Cultura y Entretenimiento del Sistema Informativo se posiciona estratégicamente para aprovechar estas oportunidades, creando información adaptable y replicable en redes sociales que no solo capta la atención de nuevos públicos, sino que también fortalece la fidelidad de la audiencia existente. Esta transformación digital no solo reafirma el compromiso del canal con la innovación, sino que también consolida a Teleantioquia como el canal regional líder, capaz de evolucionar y mantenerse relevante en un entorno mediático en constante cambio.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Elaborar contenidos con un valor agregado para la sección de Cultura y Entretenimiento dentro de los espacios del Sistema Informativo de Teleantioquia.

### **Objetivos Específicos**

- Implementar subtemas dentro de la sección con enfoques en historias de ciudad, municipios de Antioquia y especiales sobre un tema específico.
- Realizar notas llamativas para empresas en búsqueda de espacios como patrocinadores de las distintas emisiones del noticiero.
- Orientar los contenidos creados hacia un enfoque plenamente informativo, fieles a la línea editorial del Sistema Informativo.

## Marco teórico

### Cultura

La cultura es un conjunto de creencias, comportamientos y valores compartidos en grupo o comunidad. Este concepto puede girar alrededor de varias temáticas. Por ejemplo, se habla de cultura religiosa, deportiva, social, general, entre otros tipos. El concepto de cultura abarca diversos aspectos entendiéndolos dentro de los hábitos comunes relacionados con la religión, el arte, la historia o economía, y define las maneras de construir una sociedad.

La cultura es un concepto global que se desarrolla a partir de la conciencia humana, como mencionan Watzlawick y Krieg (2009, p. 73): “las sociedades existen, las culturas se forman, se conservan, se transmiten, se desarrollan sólo a través de las interacciones cerebrales/espirituales entre los individuos”, por lo que la cultura es un aspecto propio y exclusivo de los seres humanos, cuyo concepto es imposible de aplicar a otras especies.

La cultura consiste en patrones, tanto explícitos como implícitos, de comportamiento adquiridos y transmitidos mediante símbolos; estos patrones constituyen los logros distintivos de las agrupaciones humanas. Incluye sus manifestaciones materiales (artefactos) y su núcleo esencial de ideas históricamente seleccionadas y valores asociados. Los sistemas culturales pueden entenderse, por un lado, como productos de la acción humana y, por otro, como elementos condicionantes de acciones futuras (Kroeber & Kluckhohn, 1952, p. 19).

Según esa definición, se puede inferir que la cultura se convierte en un elemento representativo e identificador del grupo que la construye. Además de ser un conjunto de valores y prácticas compartidas, la cultura también funciona como un sistema de significado que le permite a los individuos comprender su entorno y actuar en consecuencia. Como afirma Geertz (1973, p. 89), “la cultura denota un sistema históricamente transmitido de concepciones expresadas en formas simbólicas mediante las cuales los hombres comunican, perpetúan y desarrollan su conocimiento sobre la vida y sus actitudes hacia ella”. Esta perspectiva simbólica subraya cómo la cultura no solo regula comportamientos, sino que también estructura la manera en que las personas interpretan el mundo.

Desde un enfoque más dinámico, la cultura no debe entenderse como un conjunto estático de elementos, sino como una construcción en constante transformación. En este sentido, Hall (1997, p. 225) sostiene que “la identidad cultural es una cuestión tanto de ‘llegar a ser’ como de ‘ser’; pertenece tanto al futuro como al pasado”. Esta idea refuerza la noción, las culturas no son fijas, sino que se transforman a través del tiempo, el discurso y la representación.

## **Entretenimiento**

El entretenimiento se concibe como un fenómeno cultural donde los principales fines son el ocio, la diversión y la gratificación emocional, a través de formas como el cine, la música, los videojuegos o los espectáculos en vivo. En su definición inicial del concepto, Sayre y King (2010, p. 3) plantean que el entretenimiento se refiere a “cualquier actividad que desvíe la atención y logre captar el interés de una audiencia. Este puede incluir tanto el consumo pasivo como la participación activa o una combinación de ambas”, lo que evidencia su carácter flexible y dinámico dentro de las sociedades contemporáneas.

En línea con esta idea, Dolf Zillmann, uno de los pioneros en la psicología del entretenimiento, define este fenómeno centrándose en el proceso de recepción y los efectos emocionales en el receptor:

El entretenimiento mediático implica actividades y mensajes diseñados con el propósito de provocar respuestas emocionales y cognitivas en la audiencia. La recepción de dicho entretenimiento se caracteriza por una interacción activa en la que las expectativas, las experiencias previas y el contexto social de la audiencia configuran tanto la naturaleza como la intensidad de la respuesta placentera. En este sentido, el entretenimiento no puede reducirse únicamente al contenido en sí, sino que incluye el proceso interactivo mediante el cual los individuos encuentran significado y gratificación en la experiencia mediática (Zillmann D, 2000, p. 12).

De esta postura se puede inferir que las diversas formas de entretenimiento adquieren valor en función de lo gratificantes que sean para las personas quienes la consumen. En esta misma línea, Zillmann y Bryant (1994, p. 438) definen el entretenimiento mediático como “toda actividad

diseñada para deleitar y, en menor medida, ilustrar, mediante la exhibición de la fortuna o la desgracia de otros, pero también mediante la demostración de habilidades especiales por parte de otros o de uno mismo”. Esta definición subraya que el entretenimiento no solo busca generar placer, sino también involucrar emocionalmente al espectador, a través de historias que apelan a la empatía, la admiración o la identificación. Así, se amplía la comprensión del fenómeno como un proceso afectivo y cognitivo en el que el público no es únicamente receptor pasivo, sino partícipe de una experiencia con múltiples niveles de interpretación y significado.

En el escenario regional, la ciudad de Medellín y, en general el departamento de Antioquia, son escenarios de dos fenómenos: un acelerado crecimiento poblacional y una globalización o integración con otras culturas del mundo, igualmente aceleradas. Estas zonas se destacan cada vez más por la capacidad organizativa y realización de eventos masivos de entretenimiento que son presenciados por miles e incluso millones de personas, afectando no solo la cotidianidad de quienes se acercan a estos eventos sino también a la mayor parte de la población de estos territorios.

### **Periodismo**

El periodismo es un concepto amplio que puede ser entendido subjetivamente, de diversas maneras y desde muchas perspectivas. Sin embargo, existe una definición generalizada de este concepto, con la que el grueso de la población a nivel mundial está de acuerdo. En ese contexto, el periodismo se entiende como el oficio de recolectar, clasificar, organizar y publicar información veraz, valiosa y verídica, de interés público y generalizado.

Autores como Randall amplían el concepto de este oficio:

El periodismo es la búsqueda organizada de conocimiento sobre acontecimientos actuales de importancia pública y la expresión de dicho conocimiento a un público masivo mediante la publicación continua de hechos verificados, análisis e interpretación. Sus valores esenciales son la veracidad, la precisión, la objetividad, la imparcialidad, la equidad y la rendición de cuentas ante el público (Randall, 2000, p-p. 1-2).

Entendiendo que la humanidad y el mundo atraviesan por múltiples cambios - principalmente guiados por la tecnología - la actividad del periodismo, que es un elemento transversal a la cultura, busca adaptarse a las dinámicas actuales de las sociedades, enfrentando

desafíos como las llamadas “fake news” y la inmediatez a la hora de entregar la información, en ocasiones incluso distorsionándola.

Los medios cada día depuran más sus técnicas para un uso rentable de las redes: titulan con trucos orientados a “obligar” al usuario a hacer clic, difunden noticias en momentos estratégicos para multiplicar su eco, incluyen vídeos especialmente editados para su disseminación en Facebook. López Hidalgo (2018, p. 3)

El periodismo, además de ser una actividad técnica, es también un ejercicio intelectual y ético que requiere criterio, sensibilidad social y una comprensión profunda de los contextos en los que se desenvuelven los hechos. No se trata únicamente de narrar lo que ocurre, sino de interpretar la realidad de manera responsable, contrastando fuentes, jerarquizando la información y contextualizándola para ofrecer al público una visión comprensible y significativa del acontecer. En este sentido, el periodista actúa como un puente entre los acontecimientos y la sociedad, facilitando el entendimiento colectivo y promoviendo la deliberación pública informada.

Asimismo, el periodismo se distingue por su vocación de servicio público. Su ejercicio está orientado al interés general, lo cual implica un compromiso constante con la verdad y con los derechos de la ciudadanía, en especial su derecho a estar informada. Esta vocación exige del periodista no solo habilidades técnicas y narrativas, sino también una actitud crítica y un sentido ético que lo guíen frente a dilemas profesionales, presiones externas o intereses particulares. En palabras de Scott (1921, p. 2), “los comentarios son libres, pero los hechos son sagrados”.

Por ello, el periodismo es también una forma de responsabilidad social, que contribuye al fortalecimiento de la democracia, la transparencia institucional y la defensa de los valores fundamentales en cualquier sociedad.

### **Televisión Regional**

La televisión regional es una modalidad de dicho medio de comunicación que orienta su contenido, su producción y su audiencia en regiones o territorios subnacionales con el fin de atender intereses y problemáticas locales, fortalecer la identidad regional y fomentar la participación ciudadana.

En Colombia, un país centralista y dependiente de sus principales ciudades, existen diversos canales de televisión regional, los cuales surgieron a partir de mediados de los años 80 como producto de la voluntad de descentralizar la información y visibilizar los contextos de cada región, para ser tenidos en cuenta al momento de debatir y sentenciar cuáles son los intereses de la nación, como puntualiza Straubhaar et al. (1994, p. 117): “...en Colombia, el gobierno ha sido el propietario de los canales, proporcionando material educativo durante el día”.

La aparición de los canales regionales representó una apuesta por democratizar el acceso a los medios y fortalecer el sentido de pertenencia a las culturas locales. Según Barbero (2002, p. 137), este tipo de televisión “...puede convertirse en un espacio clave para visibilizar las narrativas y las culturas subalternas que son sistemáticamente invisibilizadas por los medios nacionales”. En ese sentido, la televisión regional no solo diversifica el ecosistema mediático, sino que permite construir representaciones alternativas desde las periferias, desafiando la hegemonía de los centros urbanos, como señala López Segura:

La televisión regional, contra todas las adversidades legales y comerciales ha sobrevivido y ha logrado demostrar su valor social y cultural. Los 8 canales regionales públicos son el único medio con el que cuentan las regiones para verse e imaginarse en un paisaje audiovisual históricamente centralizado en Bogotá (López Segura, 2019, p. 66).

No obstante, la televisión regional también enfrenta tensiones estructurales y políticas que ponen en cuestión su independencia y sostenibilidad. Esta condición revela los retos asociados al financiamiento público, la presión de los gobiernos locales y la necesidad de garantizar pluralismo y calidad en la producción de contenidos. A pesar de ello, sigue siendo una herramienta clave para el fortalecimiento de la democracia cultural y la participación ciudadana desde los territorios.

### **Sistema Informativo**

Un sistema informativo es un conjunto organizado de elementos, que incluyen aspectos técnicos, tecnológicos y capital humano, para reunir, clasificar y distribuir información. En el contexto del periodismo, un sistema informativo optimiza y potencializa ese oficio a través de varios canales.

O'Brien y Marakas (2011) explican que un sistema informativo “combina tecnología, procesos y usuarios para gestionar datos y convertirlos en información significativa.” En el mismo sentido, Laudon y Laudon amplían el concepto y lo aplican en diversas áreas:

Un sistema informativo es un conjunto sociotécnico compuesto por personas, datos, procesos, tecnologías de la información y redes de comunicación que, en conjunto, recopilan, procesan, almacenan y difunden información en una organización. Proporciona un soporte esencial para la toma de decisiones, la coordinación, el control, el análisis y la visualización (Laudon y Laudon, 2018, págs. 5-6).

En general, un sistema informativo integra los contenidos de uno o varios canales o casas productoras y permite que los periodistas que conforman dicho sistema puedan generar y distribuir información a través de esos mismos canales, en ocasiones fluctuando entre ellos. Un ejemplo muy común es el de periodistas que entregan a la par información a través de la radio y de la televisión, o de la televisión y los medios digitales, en lugar de trabajar de manera fija en un medio.

Además, en el ámbito periodístico, el sistema informativo funciona como un ecosistema que articula flujos de trabajo colaborativos entre periodistas, editores, equipos técnicos y audiencias. Integra varias herramientas permitiendo que la información se reciba —a veces en tiempo real—, se depure, se edite y se publique eficientemente, a través de múltiples formatos. Este dinamismo no solo mejora la velocidad de respuesta ante hechos noticiosos, sino que también fortalece la coherencia y la calidad editorial, al facilitar la coordinación entre diferentes formatos y soportes digitales.

### **Teleantioquia**

El Canal Teleantioquia es el primer canal de televisión regional de Colombia. Inició operaciones el 11 de agosto de 1985, marcando el comienzo de esta modalidad televisiva en el país. A lo largo de 40 años, el canal ha realizado la producción y emisión de distintos productos o programas, como “Las Tres Gracias”, “Serenata”, “La Sartén por el Mango” o, más recientemente, “Mañanas en Casa”, “Te Hacemos la Tarde” o “Cosiaca”, conservando una línea editorial en la que se explora al departamento de Antioquia desde perspectivas históricas, geográficas, culturales, noticiosas, entre otras; lo que ha permitido que el canal sea ampliamente reconocido y querido por la población antioqueña, marcando tradición, estableciéndose en la cultura popular y siendo uno

de los principales referentes de la televisión en Colombia. La señal de Teleantioquia llega a todos los municipios de la región, la cual es prioridad en todos los contenidos.

El Sistema Informativo de Teleantioquia es el espacio del canal dirigido exclusivamente a contenido periodístico o de opinión acerca de los hechos más relevantes de Antioquia, Colombia y el mundo. Allí se integra un capital humano de cerca de 90 personas y diversas herramientas tecnológicas que optimizan, aceleran y, en general, funcionan como un servicio de periodismo para el público objetivo del canal.

Dentro del Sistema Informativo existen múltiples contenidos, siendo el noticiero “Teleantioquia Noticias” el principal producto del Sistema Informativo y, a su vez, el producto principal y más visto del canal en general. “Teleantioquia Noticias” se emite de lunes a viernes a la una de la tarde y a las siete de la noche, con una duración de una hora por emisión. Durante los fines de semana y días festivos, se emite un resumen informativo de 15 minutos a la una de la tarde y un noticiero de 30 minutos a las 7 de la noche.

Otros productos del Sistema Informativo son: el noticiero – magazine “Consejo de Redacción” que se emite de lunes a viernes a las seis de la mañana, con una duración de dos horas por emisión, y marca la agenda informativa al inicio del día en que se emite. “Teleantioquia Deportes”, espacio de opinión, debate y actualidad deportiva, que se emite de lunes a viernes a las seis de la tarde, con una duración de aproximadamente cincuenta minutos por emisión. “Investigaciones Teleantioquia” y “Especiales Teleantioquia”, programas caracterizados por el periodismo investigativo e inmersivo, generalmente alrededor de diversos temas que se consideren relevantes para la población antioqueña.

## Metodología

El trabajo de grado es una investigación de tipo cualitativo a través de un estudio de caso, donde se utilizan diversas herramientas de investigación como la observación participante, entrevista estructurada, y entrevistas de tipo periodístico con interés específico en cultura y entretenimiento como notas e informes televisivas.

Según Yin (1989, p. 15), el estudio de caso es:

Una investigación empírica que investiga un fenómeno contemporáneo en profundidad y dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes y el investigador tiene poco control sobre los eventos.

Este método de investigación permite hacer una evaluación rápida y activa, en este caso sobre el informativo Teleantioquia Noticias, y específicamente se centró en la sección de Cultura y Entretenimiento en un tiempo definido para el primer semestre del 2025.

Dentro de las herramientas investigativas usadas, se contó con la observación participante, la cual según Díaz Sanjuán (2012, p. 34), es un proceso en el que “el investigador examina fenómenos o comportamientos, registra sus hallazgos de forma organizada y posteriormente analiza esa información para identificar patrones y relaciones relevantes”. Para este trabajo de grado, se contó con la posibilidad de ser periodista en diferentes secciones, con énfasis en Cultura y Entretenimiento, sin embargo, también se participó en las secciones de General y Deportes. A través de la observación participante, bajo esta metodología se puede evidenciar el funcionamiento y las dinámicas del Sistema Informativo, en orden de comprender y cumplir con los objetivos e ideas que desde allí se plantean.

Para complementar el proceso investigativo, se contó con la realización de entrevistas estructuradas, las cuales de acuerdo con Álvarez-Gayou (2003), la entrevista es “una conversación que tiene una estructura y un propósito” y su objetivo es “entender el mundo desde la perspectiva del entrevistado y desmenuzar los significados de sus experiencias” (pp. 109–113). En este sentido, se realizaron dos entrevistas estructuradas a dos periodistas de la sección de Cultura y Entretenimiento, una de las cuales es la coordinadora de la sección, esto con el propósito de ahondar en temas de cumplimiento de objetivos investigativos como son los patrocinios en línea con la política editorial del Sistema Informativo.

Las entrevistas de tipo periodístico son fundamentales dentro del Sistema Informativo, para tener clara la información en el momento de presentarse al público, así mismo que estas sean veraces, entretenidas, que tengan la visión de historias de ciudad, donde las personas puedan ver reflejada su cultura, sus modos de vivir, sus hábitos, en general, su cotidianidad. Las notas generalmente producidas, eran dos por emisión, las cuales buscaban proyectar los eventos del departamento de Antioquia, y estas notas en principio se abordaban temáticamente en grupos focales llamados consejo de redacción, donde se encontraban expertos como: el Director del Sistema Informativo, el Jefe de Redacción, el Jefe Emisión del noticiero y los periodistas que cubren diversas fuentes como gobernación, salud, medio ambiente, alcaldía, orden público, economía, deporte y la propia: cultura y entretenimiento. Estos grupos focales se realizaban todos los días y dos veces al día para realizarlo antes de cada emisión de noticiero. Las notas se proponen y son aceptadas por el director o el jefe de redacción. Para las notas de Cultura y Entretenimiento generalmente se intentaba tener proceso de reportería previo para hacer redacción y edición; de esta manera agilizar el proceso y dar prioridad a las noticias de información general.

Otro de los grupos focales realizados es específicamente dentro de la sección de Entretenimiento y Cultura, los cuales se desarrollan una vez a la semana con los periodistas exclusivos de la sección (4).

Es importante anotar que, a nivel investigativo, los grupos focales tienen unos participantes como sujetos de investigación, aunque el proceso de observación participante se realizó dentro del Sistema Informativo, no se consideraron estas reuniones como parte de la investigación o como grupos focales específicos ya que hacen parte de la rutina fija de la tarea periodística, y no fue exclusiva para el presente trabajo de grado. En tanto, el proceso investigativo se realizó fue a través de la entrevista estructurada, donde se buscó profundizar mucho más en las opiniones y percepciones sobre el tema y en entrevistas periodísticas.

En tanto, se seleccionaron algunas notas periodísticas como herramientas de investigación fundamentales, para este estudio de caso específico, aunque su propósito original es la creación de contenido noticioso, algunas de ellas se enfocan en los objetivos investigativos definidos, en tanto se buscó fuente de datos primarios, como fuente de datos secundarios y la entrevista periodística como herramienta para la investigación de campo y la generación de notas, asumiendo el rol del periodista y utilizando las técnicas periodísticas como la entrevista para generar datos, ello

particularmente útil para el estudio cualitativo que buscan comprender el evento o fenómeno desde la perspectiva de los involucrados.

La entrevista periodística siempre se enmarca dentro de un contexto más visible y se efectúa ante diferentes personas que aprecian el propio acto de la entrevista; un contexto donde, por lo general, el entrevistado responde en relación a directivas - preguntas formuladas previamente por la persona que cumplirá el rol de interrogador/entrevistador. Huarte, F. (2017: 98).

Desde el compromiso de un estudio de caso, la selección y combinación de herramientas investigativas en el presente trabajo de grado, se define la profundidad y validez, en especial a través de una observación participante donde se le permitió al investigador - periodista sumergirse en el contexto, capturando la dinámica social y los procesos en su estado natural, lo que revela la realidad más allá del fenómeno, en este caso a través de la práctica profesional en el Sistema Informativo de Teleantioquia, específicamente en la sección de Cultura y Entretenimiento de Teleantioquia Noticia.

Esta perspectiva se complementó con la entrevista estructurada, que proporciona datos comparables y estandarizados para identificar patrones y tendencias, ofreciendo un mapa claro de las percepciones de los participantes y expertos en la temática, igualmente al integrar la entrevista periodística, fue posible acceder a narrativas creativas y testimonios detallados, aprovechando desvelar la historia y el contexto emocional detrás de los hechos, en especial para una sección que busca ser toque amable y agradable de un noticiero. La triangulación de estas herramientas —la inmersión contextual de la observación, la sistematicidad de la entrevista estructurada y la riqueza narrativa de la entrevista periodística— no solo fortalece la credibilidad de los hallazgos, sino que también construye una comprensión holística y multifacética del caso, transformando la investigación en un relato riguroso y cercano al fenómeno elegido.

## Hallazgos y Análisis de Resultados

En el caso puntual de este trabajo de grado, la observación participante en la sección de Cultura y Entretenimiento del Sistema Informativo de Teleantioquia denota que este apartado tenía relevancia en los espacios televisivos, sin embargo, no se terminaba de consolidar como un espacio clave para el Sistema Informativo. A partir del estudio de caso y de la observación directa, se identificó que esta sección contaba con una base sólida de interés y aceptación tanto en el equipo periodístico como en la audiencia, lo que representa un punto de partida favorable para su fortalecimiento.

Se observó además una disposición activa por parte de los periodistas y productores para integrar contenidos culturales de valor, con un enfoque que buscaba resaltar las expresiones artísticas, patrimoniales y creativas de la región. Aunque todavía existen oportunidades para ampliar su presencia y profundidad temática, los avances registrados permiten afirmar que hay una intención clara de alinear esta sección con los principios editoriales del canal, especialmente en lo que respecta a la promoción de la identidad regional y la diversidad cultural.

Del mismo modo, se observó un tratamiento positivo de las notas culturales, con intención plenamente informativa y una preocupación por resaltar las voces de los protagonistas de los procesos culturales. Todo esto indica que la sección va en camino de consolidarse como un pilar informativo dentro del noticiero, siempre y cuando se mantenga el interés institucional por reforzar su presencia y se sigan generando espacios para su crecimiento dentro de la estructura editorial general. Con el fin de comprender la importancia y el funcionamiento de la sección, y con la intención de proponer ideas acordes al objetivo general de este trabajo, fueron entrevistadas dos de las periodistas que pertenecen a la sección (ver apéndice E). A raíz de esta interacción, se pudieron conocer algunas de las premisas claves para la sección.

La sección de Cultura y Entretenimiento cumple una función esencial dentro del noticiero al equilibrar el contenido informativo, brindando un respiro emocional y conectando con la identidad regional. No solo informa, sino que también fortalece el sentido de pertenencia y visibiliza la riqueza artística y cultural de Antioquia.

La selección de temas se fundamenta en la relevancia para la audiencia, priorizando propuestas institucionales, efemérides y movimientos culturales locales. Se considera tanto la agenda formal como el pulso de la calle, incluyendo iniciativas ciudadanas y manifestaciones emergentes.

Las historias de ciudad y los contenidos regionales no solo son viables, sino fundamentales. Permiten descentralizar la cultura y dar protagonismo a lugares, personajes y tradiciones poco exploradas, fortaleciendo la conexión con el territorio.

Igualmente, es posible determinar que específicamente la sección permite tener una mayor sostenibilidad para el Sistema Informativo a través de los patrocinios, en tanto, para atraer patrocinadores, se valoran notas con alta calidad visual, narrativa creativa y conexión emocional. Es clave que el contenido sea positivo y coherente con los valores de las marcas interesadas en proyectar cercanía con el público.

En cuanto al vínculo con marcas, desde producción se sigue un protocolo definido por el área comercial del canal. Sin embargo, se reconocen experiencias exitosas con empresas que entienden el valor cultural como herramienta de comunicación auténtica.

La alineación con la línea editorial se garantiza mediante filtros rigurosos, como a través de la revisión por parte de los jefes y asistentes de producción, así también por medio de los grupos focales realizados antes de la emisión, denominados Consejo de Redacción, evitando contenidos con sesgo comercial. Las notas deben tener un propósito claro y responder al compromiso informativo y cultural del canal público.

Existe apertura total para proponer nuevas ideas, siempre que estén bien sustentadas y aporten frescura al contenido. La sección valora la creatividad y promueve una narrativa innovadora adaptada a la dinámica del noticiero.

Los contenidos que más conectan con la audiencia son aquellos que cuentan historias reales, resaltan expresiones tradicionales y contemporáneas, y celebran la identidad antioqueña desde la música, la gastronomía y el arte local.

## **Desarrollo de la cultura y el entretenimiento como temáticas pilares del Sistema Informativo de Teleantioquia**

Para comprender el plan propuesto para darle mayor relevancia a la sección de Cultura y Entretenimiento en los espacios del Sistema Informativo, es importante tener en cuenta la dinámica con la que funcionan las emisiones y la redacción de las notas: a las 8 de la mañana se realiza el consejo de redacción para la emisión de 1 de la tarde, en donde cada periodista propone sus temas noticiosos y se aprueba o se desaprueba que salgan en la emisión, así como también se discute el enfoque de esos temas bajo la asesoría del director, el jefe de redacción y el jefe de emisión. El consejo de redacción se repite a las 2:05 de la tarde para la emisión de 7 de la noche.

A grandes rasgos, hay dos métodos para realizar la reportería de los temas o noticias: el primero son los kits de prensa y boletines que se envían desde las comunicaciones de cada entidad, empresa, centro cultural, entre otros. Allí están disponibles las declaraciones de las fuentes, más el material visual para complementar la nota, que se guarda en la carpeta de cada periodista. El segundo método es concertar citas directamente con las fuentes y grabar las declaraciones y las imágenes para complementar la nota. Para ello, el productor de la emisión asigna un camarógrafo para que acompañe al periodista y realice las imágenes y declaraciones que el periodista necesita. En este caso, ese material se guarda en el explorador VSN (ver apéndice G), donde se guarda el material propio y exclusivo del canal.

Una vez se tienen claros los temas, los jefes de redacción y emisión ubican las notas y sus formatos en la continuidad de la emisión, que funciona a través del software Octopus (ver apéndice F). El software permite abrir cada nota para poner allí la redacción de las noticias y someterlas a la revisión de los jefes de redacción y emisión. Es importante que las notas se sometan a dicha revisión, puesto que parte del contenido que se pone en el software es leído por los presentadores de la emisión, en directo, a través del teleprompter.

Una vez aprobada la redacción, se graba el texto de la nota a manera de voz en off. Esa grabación, junto al material visual que cada periodista tiene de sus notas, se procede con la edición de las notas. Desde producción, se asigna un editor para cada nota, priorizando las notas que estén primero en la continuidad. Cuando las notas están editadas, se suben al mismo explorador VSN para que el master pueda seleccionarlas y emitirlas en directo.

El plan propuesto solo puede realizarse en base al funcionamiento descrito. La propuesta consiste en lo siguiente: Se propone realizar especiales de notas periodísticas sobre un único tema. Para este trabajo de grado, se toma como ejemplo el especial de cine (Ver apéndice A), que busca darle visibilidad al cine como una manifestación cultural y una fuente primordial de entretenimiento en Antioquia. Los especiales consisten en tres notas sobre el mismo tema, pero cada una con un enfoque distinto, ofreciendo un amplio panorama alrededor de dicha temática.

También se propone la realización de notas periodísticas destacando a un municipio antioqueño por semana, visibilizando sus atractivos y oferta cultural, promoviendo el turismo y dándole espacio a las subregiones de Antioquia en la sección. Se toma como ejemplo una nota sobre el municipio de Sopetrán (ver apéndice C).

Adicionalmente, se propone realizar notas destacando historias de la ciudad, destacando personajes o artistas en diversos lugares de Medellín, que contribuyen de manera informal al desarrollo de la cultura en el distrito. Se toma como ejemplo una nota sobre artistas musicales callejeros (ver apéndice D).

Finalmente, se propone la realización de notas con temáticas como gastronomía, moda o mascotas, entre otras, para llamar la atención de marcas y empresas e impulsarlas a pautar en las emisiones, favoreciendo la visibilidad de la sección y las rentas económicas del Canal Teleantioquia. Se toma como ejemplo una nota de moda sobre nuevas tendencias en el cuero, con el apoyo de las marcas Ballen y Punto Blanco (ver apéndice B).

## Conclusiones

La Cultura y el Entretenimiento pueden ser abordados desde una lógica informativa sin perder profundidad ni rigor, desafiando la idea de que estos temas son secundarios dentro del periodismo. Este trabajo demuestra que pueden cumplir un papel estructural dentro de un sistema informativo si se diseñan con intención editorial clara y alineada con el contexto social para bajar la carga emocional de las noticias negativas, que tradicionalmente son el común denominador de los espacios informativos.

El periodismo regional tiene el potencial de construir nuevas narrativas de identidad, no solo reflejando lo que ocurre en el territorio, sino también reconfigurando la manera en que las comunidades se ven a sí mismas. La propuesta aquí presentada fortalece ese proceso al dar voz a historias e imaginarios que han sido tradicionalmente invisibilizados por los medios centralistas.

La producción cultural y artística en Antioquia se convierte en una estrategia de desarrollo mediático y económico al integrarse dentro de un sistema de contenidos que priorice el valor social antes que la rentabilidad. Este enfoque híbrido, ético y creativo es clave para la sostenibilidad de medios públicos como Teleantioquia.

Los medios regionales deben reinventarse para ser competitivos en la era digital, y una manera efectiva de hacerlo es a través de contenidos culturales que sean emocionalmente significativos y visualmente potentes. La sección de Cultura y Entretenimiento, con su potencial narrativo y visual, es una de las herramientas más poderosas para lograr esa transformación.

Más allá de un ejercicio académico, este trabajo plantea un modelo replicable en otros sistemas informativos públicos, donde el periodismo cultural no sea una nota de cierre “ligera”, sino una apuesta estratégica para descentralizar la información, generar conexión emocional con la audiencia y posicionar una marca informativa con identidad propia.

## Recomendaciones

Incluir al director, a los jefes de redacción y emisión en los espacios regulares de ideación de la sección, ello es los grupos focales específicos para Cultura y Entretenimiento, ello al menos una vez al mes, donde no solo sean los periodistas quienes promuevan propuestas innovadoras, sino que se permita incentivar la creatividad colectiva.

Establecer un espacio periódico de retroalimentación sobre la sección, con el fin de revisar colectivamente los aciertos, oportunidades de mejora y proyección futura de este componente clave del noticiero.

Aprovechar las herramientas digitales y multiplataforma del canal para ampliar el alcance de los contenidos culturales, adaptándolos para redes sociales con formatos breves, visuales y emocionales.

Diseñar una estrategia articulada entre el Sistema Informativo y la gerencia del canal para generar más contenidos, que respeten la línea editorial, pero que también resulten atractivos comercialmente. vincular marcas de manera ética y responsable.

Establecer una agenda regional que, en concordancia con los objetivos de este trabajo, permita planificar la construcción de las notas para destacar semanalmente un municipio diferente, con el objetivo de entregar un contenido más completo y valioso para los televidentes.

## Referencias

- Álvarez-Gayou, J. L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología*. Paidós México.
- [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39444266/Como\\_hacer\\_una\\_investigacion\\_cualitativa-libre.pdf?1445908100=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DComo\\_hacer\\_una\\_investigacion\\_cualitativa.pdf&Expires=1750898464&Signature=WPNQeJuDBvzlaaiqYNrs0iI1qPCumM5wA89aCaHi7E84VdPc1O2I9U4HtST54Myuh9R9HBM1s6EYhSgui4N~1Ko579R7VQnwG1bjEdXjP6KpoABGSQrNzai~OgUvwwypRUkKzpV4LdKYSzeq~rpIE5esiOePrdq9nU9tO2aR4Re-FoPw0x4gm-55nLDBA-qd8IYVWIrEaYTB~h~K1glhwFCLxNJXh0F73FA4UGujKbYTYGYJ8coLAzPr08bsAE7rPgX3Xeg5uY~OtPo2itDaLFPYU0tctcryaNRyBnAXrWej9ihj5VSnVKJwq096prMEbWGIp4X25cbvWIQNBhUYT4A\\_\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/39444266/Como_hacer_una_investigacion_cualitativa-libre.pdf?1445908100=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DComo_hacer_una_investigacion_cualitativa.pdf&Expires=1750898464&Signature=WPNQeJuDBvzlaaiqYNrs0iI1qPCumM5wA89aCaHi7E84VdPc1O2I9U4HtST54Myuh9R9HBM1s6EYhSgui4N~1Ko579R7VQnwG1bjEdXjP6KpoABGSQrNzai~OgUvwwypRUkKzpV4LdKYSzeq~rpIE5esiOePrdq9nU9tO2aR4Re-FoPw0x4gm-55nLDBA-qd8IYVWIrEaYTB~h~K1glhwFCLxNJXh0F73FA4UGujKbYTYGYJ8coLAzPr08bsAE7rPgX3Xeg5uY~OtPo2itDaLFPYU0tctcryaNRyBnAXrWej9ihj5VSnVKJwq096prMEbWGIp4X25cbvWIQNBhUYT4A__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)
- Díaz Sanjuán, L. (2012). *La observación*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays*. Basic Books.
- <https://web.mit.edu/allanmc/www/geertz.pdf>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage / The Open University. [https://fotografiaeteoria.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/05/the\\_work\\_of\\_representation\\_stuart\\_hall.pdf](https://fotografiaeteoria.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/05/the_work_of_representation_stuart_hall.pdf)
- Huarte, F. (2017: 98). Entrevista cualitativa y entrevista periodística.
- [https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/147232/Documento\\_completo.pdf-PDFA-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/147232/Documento_completo.pdf-PDFA-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2001). *Los Elementos del Periodismo*. Three Rivers Press.
- <https://periodismecpp.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/los-elementos-del-periodismo.pdf>

Kroeber, A., & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Greenwood Press.

Laudon K. C. & Laudon J. P. (2018). *Sistemas de Información Gerencial*. Pearson Education.  
[https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25735w/ld-Sistemas\\_de\\_informacion\\_gerencial\\_14%20edicion.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25735w/ld-Sistemas_de_informacion_gerencial_14%20edicion.pdf)

López Hidalgo, A. (2018). *El periodismo que contará el futuro*.  
<file:///C:/Users/J%20u%20a%20n/Downloads/Dialnet-ElPeriodismoQueContaraElFuturo-5792029.pdf>

López Segura, M. (2019). *La Televisión Pública Regional en Colombia como servicio público esencial*.  
<https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/77483/43728601.2019.pdf?sequence=4>

Randall, D. (1996). *The Universal Journalist*. Pluto Press.

Rojek, C. (2021). *Leisure theory: Principles and practice* (Segunda edición). Palgrave MacMillan.

Sayre, S., & King, C. (2010). *Entertainment and Society: Influences, Impacts, and Innovations*. Routledge.

Scott, C. P. (1921). *A Hundred Years*.  
<https://periodismoabc.files.wordpress.com/2010/01/comments-are-free-but-facts-are-sacred.pdf>

Sinclair, J. (1999). *Latin American television: A global view*. Oxford University Press.

Sinclair, J., & Straubhaar, J. D. (2013). *Latin American Television Industries*. BFI Publishing.

Straubhaar, J., Youn, S.-M., Campbell, C., Champanie, K., Ha, L., Shrikhande, S., Elasmir, M., Ann, T.-H., Chen, M.-C., Clarke, S., & Takahashi, M. (1994). *Mercados para la*

*Televisión Regional y flujos de programas.*

<https://www.redalyc.org/pdf/316/31661807.pdf>

Watzlawick, P., & Krieg, P. (2009). *El ojo del Observador*. Gedisa.

<https://ayudacontextos.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/paul-watzlatzlawick-el-ojo-del-observador-constructivismo-pdf.pdf#page=70>

Yin, R. K. (1989). *Case study research: Design and methods*. SAGE Publications.

Zillman, D., & Bryant, J. (2002). *Media Effects: Advances in Theory and Research*.

<http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/58135/1/15.Jennings%20Bryant.pdf>

Zillmann, D., & Vorderer, P. (Eds.). (2000). *Media entertainment: The psychology of its appeal*.

Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9781410604811>

## Apéndices

**Apéndice A.****Notas de televisión sobre el cine en Antioquia.**

<https://drive.google.com/file/d/1SdOVGu1x64MvRVCV-mkP1gzMXcOqI28H/view?usp=sharing>

**Apéndice B.**

**Nota de televisión sobre Tendencias en cuero, en colaboración con las marcas Punto Blanco y Ballen.**



<https://drive.google.com/file/d/1dgzB-clRYviOY2QF7Wszo80OB6qwkyUY/view?usp=sharing>

## Apéndice C.

Nota de televisión sobre el municipio de Sopetrán.



[https://drive.google.com/file/d/1dLaKAEmuDz4iZI0vJ8\\_d66dEDpqdFIs/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1dLaKAEmuDz4iZI0vJ8_d66dEDpqdFIs/view?usp=sharing)

**Apéndice D.****Nota de televisión sobre artistas musicales callejeros.**

[https://drive.google.com/file/d/1dU6LOfszowArLTbMGZ1AVcwLF\\_c78IFw/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1dU6LOfszowArLTbMGZ1AVcwLF_c78IFw/view?usp=sharing)

## Apéndice E.

### Respuestas de las Entrevistas Estructuradas.

#### ISABEL ECHEVERRÍA – LÍDER DE LA SECCIÓN DE CULTURA Y ENTRETENIMIENTO

1. ¿Por qué es importante la sección de Cultura y Entretenimiento para el noticiero?

La sección de Cultura y Entretenimiento es fundamental porque le da ese toque de humanidad al noticiero, luego de que los espectadores hayan recibido las noticias de orden público, las notas de este espacio conectan emocionalmente con ellos. Aquí visibilizamos el talento local, la gastronomía, la cultura de nuestros municipios, la música de nuestra región y el arte.

2. ¿Cómo seleccionar los temas para integrarlos a la sección de Cultura y Entretenimiento?

Los temas que se eligen son con base en las agendas institucionales, efemérides, festivales, lanzamientos artísticos y propuestas independientes que aporten a la cultura del departamento. Se tiene en cuenta su relevancia para la comunidad y conexión emocional con el público.

3. ¿Qué tan viable sería trabajar subtemas como historias de la ciudad o contenidos culturales regionales en la sección?

Es totalmente viable, e incluso, se trabajan. Las historias de Medellín y Antioquia le dan identidad al noticiero y permiten mostrar personajes, lugares y talentos que quizá no se conocen.

4. ¿Qué características considera importantes en una nota periodística para que resulte atractiva para posibles patrocinadores?

Una buena nota debe ser emocionalmente cercana, tener buena narrativa, contar con buenas imágenes (en el caso de televisión videos) que alimenten la nota. También debe ser contada con creatividad, buscando que sea diferente a la de cualquier medio de comunicación.

5. ¿Qué experiencias ha tenido con empresas o marcas interesadas en patrocinar contenido en la sección de Cultura y Entretenimiento?

Las pautas comerciales se realizan directamente con el área comercial de Teleantioquia. Las marcas que pautan hacen un contrato con la misma, para aparecer ya sea en otros contenidos del canal, como en el noticiero. Desde producción se les avisa a los periodistas de la sección de Cultura y Entretenimiento si hay algún tipo de pauta que la presentadora deba decir al aire o si simplemente se agrega desde el máster.

6. ¿Cómo garantizar que las notas culturales y de entretenimiento se mantengan alineadas con la línea editorial del Sistema Informativo, especialmente frente a temas sensibles o comerciales?

Siempre se revisa que las notas no tengan un interés comercial y eso se consigue con rigor periodístico. Al Teleantioquia ser una entidad pública, las notas que salen al aire no deben invitar al televidente a adquirir algún bien o ir a algún lugar específico (a excepción de una nota patrocinada desde el área comercial). Las notas deben mostrar realidades, cultura y aspectos positivos de la región. Siempre hay una reunión donde los temas se ponen a consideración del director del noticiero, para que él como responsable del contenido informativo, apruebe o no las notas.

7. ¿Qué tan fácil es proponer y aplicar nuevas ideas de contenido dentro de la sección de Cultura y Entretenimiento?

Hay mucha apertura para la innovación y la creatividad. Todas las ideas son válidas y desde mi rol como coordinadora de la sección, estoy dispuesta a escuchar las sugerencias de los periodistas de la sección. Siempre hay espacio para hacer cosas nuevas, frescas y diferentes a lo convencional.

8. Desde su experiencia, ¿qué tipo de contenidos culturales generan mayor interés y conexión con la audiencia antioqueña?

Los contenidos que cuentan historias reales de personas de la región, que destacan expresiones artísticas tradicionales o emergentes, la música, la gastronomía, las fiestas locales y la gastronomía.

## THALÍA LONDOÑO – PERIODISTA DE LA SECCIÓN DE CULTURA Y ENTRETENIMIENTO

### 1. ¿Por qué es importante la sección de Cultura y Entretenimiento para el noticiero?

La sección de Cultura y Entretenimiento es importante porque no solo informa, sino que también inspira, construye identidad regional y muestra el talento, la diversidad y la riqueza cultural de Antioquia. Es una forma de equilibrar el contenido del noticiero, ofreciendo un respiro entre las noticias duras, y acercando a las personas a sus raíces, tradiciones y expresiones artísticas actuales.

### 2. ¿Cómo seleccionar los temas para integrarlos a la sección de Cultura y Entretenimiento?

La selección de temas parte desde el impacto y la cercanía con la audiencia. Evaluamos si el contenido tiene un valor cultural, si representa una manifestación artística o si aporta a la construcción del tejido social. También escuchamos lo que está ocurriendo en las calles, lo que se mueve en las redes y lo que proponen las comunidades y gestores culturales.

### 3. ¿Qué tan viable sería trabajar subtemas como historias de la ciudad o contenidos culturales regionales en la sección?

Es totalmente viable y necesario. Las historias de ciudad y los contenidos culturales regionales enriquecen el enfoque de la sección, permiten descentralizar la cultura y dar visibilidad a las expresiones artísticas y patrimoniales de todo el territorio antioqueño.

### 4. ¿Qué características considera importantes en una nota periodística para que resulte atractiva para posibles patrocinadores?

Debe tener calidad visual y narrativa, ser positiva, inspiradora y con potencial de conexión emocional, debe alinearse con los intereses y valores de la empresa que busca visibilizarse.

5. ¿Qué experiencias ha tenido con empresas o marcas interesadas en patrocinar contenido en la sección de Cultura y Entretenimiento?

Hemos tenido experiencias positivas con marcas que ven en la cultura una oportunidad de acercarse a su público de manera más genuina.

6. ¿Cómo garantizar que las notas culturales y de entretenimiento se mantengan alineadas con la línea editorial del Sistema Informativo, especialmente frente a temas sensibles o comerciales?

Cada nota debe responder a un propósito informativo y cultural claro.

7. ¿Qué tan fácil es proponer y aplicar nuevas ideas de contenido dentro de la sección de Cultura y Entretenimiento?

El espacio es abierto para proponer, siempre que las ideas estén bien sustentadas y tengan un enfoque que aporte valor. La dinámica del noticiero exige creatividad y agilidad, por lo que constantemente estamos buscando nuevas maneras de contar las historias.

8. Desde su experiencia, ¿Qué tipo de contenidos culturales generan mayor interés y conexión con la audiencia antioqueña?

Los contenidos que muestran historias reales, cercanas y con identidad regional son los que más conectan. Las manifestaciones tradicionales, las expresiones artísticas juveniles, los relatos de resiliencia a través del arte y los eventos culturales locales suelen tener muy buena recepción.

## Apéndice F. Vista previa del software Octopus.

The screenshot displays the Octopus software interface for a rundown schedule. The main window shows a table of items with columns for MOS, Pg, #, Lck, Format, Name, CG lines, and Reporters. The status is 'NOT READY' and 'Active at CUESCRIPT VSN'.

| MOS       | Pg | #      | Lck | Format   | Name  | CG lines                            | Reporters          |
|-----------|----|--------|-----|----------|---|-------------------------------------|--------------------|
| READY     |    | 5      |     | VIDEO    | CORTINA ENTRADA FUTIC                               |                                     |                    |
| READY     |    | 6      |     | VIDEO    | CABEZOTE EMISIÓN 1PM                                |                                     |                    |
|           |    | 5      |     | ST/VIDEO | TITULARES   |                                     |                    |
|           |    | 5      |     | VO       | PANTALLA PASIVOS                                    |                                     | Productores not    |
|           |    | J.M.S. |     | VO       | PASIVO MARIA ISABEL CARMONA - GOBERNACIÓN           |                                     |                    |
|           |    | J.M.S. |     | VO       | PASIVO MARISOL SALDARRIAGA - CIUDAD BOLÍVAR         |                                     |                    |
|           |    | J.M.S. |     | VO       | PASIVO VALENTINA COLORADO - ITAGUÍ                  |                                     |                    |
|           |    | J.M.S. |     | VO       | PASIVO AILER MORALES - REMEDIOS                     |                                     |                    |
|           |    | J.M.S. |     | VO       | PASIVO JAIME HENAO - LA PINTADA                     |                                     |                    |
|           |    | J.M.S. |     | VO       | PASIVO MILTON ARBELÁEZ -                            |                                     |                    |
|           |    | J.M.S. |     | VO       | PASIVO ALFONSO LÓPEZ -                              |                                     |                    |
|           |    | J.M.S. |     | ST/VIDEO | SEMI SECRETARIO EDUCACIÓN RECTOR UDEA               |                                     | Maria Carmona C    |
|           |    | J.M.S. |     | ST/VIDEO | SEMI CIUDAD BOLÍVAR HIJO SECUESTRADO (Marisel Salc  | NINGÚN CONTACTO CON SECUESTRADORES  | Corresponsal       |
|           |    | J.M.S. |     | ST/VIDEO | 6 HERIDOS EN NECHÍ OPERATIVOS CONTRA MINERÍA        | 6 HERIDOS EN INTERVENCIÓN A MINERÍA | Alvaro Pérez Arist |
|           |    | J.M.S. |     | ST/VIDEO | SEMI RETRASOS INTERCAMBIO                           |                                     | Valentina Colorad  |
|           |    | J.M.S. |     | ST/VIDEO | NUEVA CIRUGÍA A MIGUEL URIBE                        |                                     | Maria Carmona C    |
|           |    | J.M.S. |     | ST/VIDEO | RENUNCIA CANCELLER                                  | 53 MINISTROS HA TENIDO PETRO        | Alvaro Pérez Arist |
| NOT READY |    | J.M.S. |     | ST/VIDEO | SEMI REMEDIOS INVASIÓN 100 PERSONAS (Ailer Morales) | INVADEN TERRENOS EN REMEDIOS        | Corresponsal       |
| NOT READY |    | J.M.S. |     | ST/VIDEO | SEMI LA PINTADA ESPACIO PÚBLICO (Jaime Hano)        | ACCIÓN POPULAR DE ESPACIO PÚBLICO   | Corresponsal       |

Items: 70 Selected Items: 1  
Rundown duration: 2:14 | 1:00:00 | 57:47 Selected slug durations (playable/skipped): 0:00 / 0:00

The screenshot displays the Octopus software interface for a detailed view of a script. The main window shows the script content for 'GOBERNDOR E. SOBRE REMEDIOS' with a duration of 00:01:13.139. The script is in 'VIDEO' format and is 'READY'.

**8 : GOBERNDOR E. SOBRE REMEDIOS - Teleantioquia 13:00 NOT READY**  
C: Jorge Moreno Salazar (08:41:04) M: Felipe Osorio Vahos (12:31:11) Duration: 1:25 (+1:25) Scheduled: 0:00

Script History

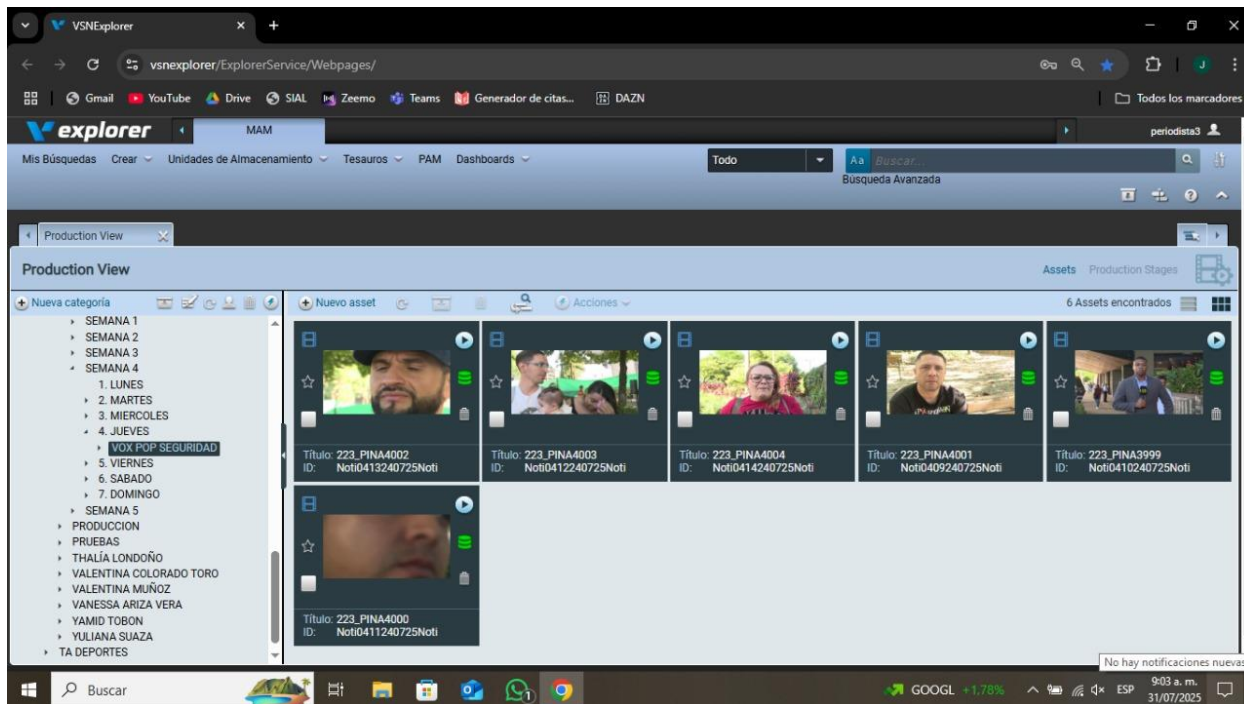
**CG - LEYENDA** (00:00:12.312)  
Template: LEYENDA In: Out:  
200 FAMILIAS CONFINADAS EN REMEDIOS

**CG** Cerca de 200 familias de siete veredas del municipio de Remedios continuan confinadas por los combates entre grupos armados. El Ejército se encuentra en la zona para restablecer los derechos de las comunidades...

**VIDEO - GOBERNDOR E. SOBRE REMEDIOS** VSN READY (00:01:13.139)  
Name: GOBERNDOR E. SOBRE REMEDIOS Id: 148458 Dur: 00:01:13.139

{GOBERNADOR E SOBRE REMEDIOS  
OFF Los ciudadanos afectados por los enfrentamientos de los grupos al margen de la ley están ubicados en las veredas Dos Quebradas Ojos Claros, Plaza Nueva, Caño Tigre, Camelias, Tamar Bajo, Puerto Nuevo Ité.  
GENERAL (R) LUIS EDUARDO MARTÍNEZ GOBERNADOR DE ANTIOQUIA ENCARGADO

## Apéndice G. Vista del explorador de multimedia VSN.



The screenshot displays the VSNE Explorer web application interface. The browser address bar shows the URL `vsnextplorer/ExplorerService/Webpages/`. The application header includes the 'explorer' logo, a user profile 'MAM', and a search bar with the text 'Buscar'. Below the header, there are navigation tabs for 'Production View' and 'Assets'. The main content area is titled 'Production View' and shows a list of assets. On the left, a sidebar contains a hierarchical tree structure under 'Nueva categoría' with folders for 'SEMANA 1' through 'SEMANA 5' and sub-items like '1. LUNES', '2. MARTES', etc., and 'TA DEPORTES'. The main area displays six asset thumbnails, each with a title and ID. The first five thumbnails are arranged in a row, and the sixth is below them. The titles and IDs are: 1. Título: 223\_PINA4002, ID: Noti0413240725Noti; 2. Título: 223\_PINA4003, ID: Noti0412240725Noti; 3. Título: 223\_PINA4004, ID: Noti0414240725Noti; 4. Título: 223\_PINA4001, ID: Noti0409240725Noti; 5. Título: 223\_PINA3999, ID: Noti0410240725Noti; 6. Título: 223\_PINA4000, ID: Noti0411240725Noti. The bottom of the screen shows a Windows taskbar with a search bar, system tray icons, and the date/time '9:03 a. m. 31/07/2025'.

| Título       | ID                 |
|--------------|--------------------|
| 223_PINA4002 | Noti0413240725Noti |
| 223_PINA4003 | Noti0412240725Noti |
| 223_PINA4004 | Noti0414240725Noti |
| 223_PINA4001 | Noti0409240725Noti |
| 223_PINA3999 | Noti0410240725Noti |
| 223_PINA4000 | Noti0411240725Noti |