



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

UNIDAD DE TITULACIÓN TRANSITORIA UCSG

TÍTULO:

**Influencia de la falta de Producción Audiovisual infantil en los
Hábitos televisivos de niñas y niños de 8 a 11 años de la
escuela “Libertador” de la Cdma. La FAE y Fundación “María
Eugenia” del sector Mapasingue de la ciudad de Guayaquil,
durante el primer semestre del 2014**

AUTORA:

Guin Freire, Cindy Patricia

TUTOR:

Cortez Galecio, Cristian Arnulfo MSc.

**Guayaquil, Ecuador
2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Cindy Patricia Guin Freire, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera en Dirección y producción en Artes Audiovisuales

TUTOR

Cristian Cortez Galecio MSc.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Víctor Hugo Moreno MSc.

Guayaquil, a los 1 del mes de Septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Cindy Patricia Guin Freire**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **“Influencia de la falta de Producción Audiovisual infantil en los Hábitos televisivos de niñas y niños de 8 a 11 años de la escuela “Libertador” de la Cdla. La FAE y Fundación “María Eugenia” del sector Mapasingue de la ciudad de Guayaquil, durante el primer semestre del 2014”** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Dirección y producción en Artes Audiovisuales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 1 del mes de Septiembre del año 2014

LA AUTORA

Cindy Patricia Guin Freire



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Cindy Patricia Guin Freire**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Influencia de la falta de Producción Audiovisual infantil en los Hábitos televisivos de niñas y niños de 8 a 11 años de la escuela “Libertador” de la Cdla. La FAE y Fundación “María Eugenia” del sector Mapasingue de la ciudad de Guayaquil, durante el primer semestre del 2014**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los días 1 del mes de Septiembre del año 2014

LA AUTORA:

Cindy Patricia Guin Freire

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser mi guía permanentemente, por sostener mi mano en cada momento. A mis padres, mis ángeles en la tierra, que se han esforzado toda su vida por darnos a mis hermanos y a mí todo lo mejor. Los admiro tanto.

A mi ñaña Sonia, por creer en mí, gracias por tanta ayuda, este logro fue posible también gracias a ti.

Y a todos quienes formaron parte de este camino universitario, me llevo el aprendizaje de varios profesores que me inculcaron no solo enseñanza científica, sino también humana. Raúl Larrea, gran maestro, nunca te olvidaré.

Cindy Guin Freire

A Dios, por darme tanto

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

OPONENTE

DOCENTE DELEGADO

MSC. VÍCTOR HUGO MORENO DÍAZ
DIRECTOR DE CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

CALIFICACIÓN

Cristian Cortez Galecio, MSc.
TUTOR

ÍNDICE GENERAL

Certificación	ii
Declaración de responsabilidad	iii
Autorización	iv
Agradecimientos	v
Dedicatoria	vi
Índice de gráficos	viii
Resumen	x
1. Capítulo	1
1.1 Introducción	1
1.2 Justificación	3
1.3 Diagnóstico de problema	5
1.3.1 Determinación de problema	5
1.3.2 Pregunta problema investigación	5
1.4 Objetivos general y específicos	7
1.4.1 Objetivo general	7
1.4.2 Objetivos específicos	7
2. Capítulo	8
2.1 Referencias conceptuales	8
2.2 Marco referencial	8
2.3 Marco teórico	10
2.3.1 La percepción	11
2.3.2 Audiencia y lenguaje televisivo	14
2.3.3 Géneros televisivos	17
2.3.4 Influencia de tv en los niños	19
2.3.5 Televisión educativa	21
2.3.6 Análisis del discurso	24
2.3.7 Análisis semántico	26
3. Capítulo	30
3.1 Enfoque metodológico	30
3.2 Investigación cualitativa	30
3.3 Focus Group	31
3.4 Instrumentos de investigación	32
3.4.1 Rating	32
3.4.2 Datos generales	33
3.4.3 Breve reseña programas a analizar	34

3.5 Realización Focus group	35
3.5 Preguntas Focus group	35
3.6 Realización entrevistas a profundidad	37
4. Capítulo	40
4.1 Análisis de resultados	40
4.2 El caso Calle 7	40
1. Horario y frecuencia del programa	40
2. Organización dentro de parrilla	40
4.2.1 Análisis semiótico	42
4.3 Caso Soy el mejor	46
1. Horario y frecuencia del programa	46
2. Organización dentro de parrilla	47
4.3.1 Análisis semiótico	48
4.4 Caso Baila la Noche	51
1. Horario y frecuencia del programa	51
2. Organización dentro de parrilla	51
4.4.1 Análisis semiótico	52
5. Capítulo	58
5.1 Conclusiones y recomendaciones	58
5.1.1 Conclusiones	58
5.1.2 Recomendaciones	61g
Bibliografía	63
Anexos	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Análisis pragmático, preferencias Calle 7	45
Gráfico 2. Motivaciones niños 8-10 años vs. 11 años	46
Gráfico 3. Análisis pragmático Soy el mejor	50
Gráfico 4. Análisis pragmático Baila la noche	55

RESUMEN

En Ecuador en el 2014, no se producen programas para niños, la televisión comercial los dejó de hacer por no considerarlos rentables, irónicamente son los niños y adolescentes quienes más horas ven al día televisión. ¿Qué programas deben ver? Lo que esté a su alcance, dentro o no del horario familiar, sin que esos programas hayan sido diseñados, direccionados y concebidos para niños.

La siguiente investigación surge como respuesta a una preocupación por los hábitos de consumo televisivo de la niñez ecuatoriana, ante la alarmante escasez de televisión nacionales infantil, lo que hace que el niño vea literalmente cualquier cosa. Los estudios de rating del primer semestre del 2014, demuestra que los tres primeros programas más visto por los niños, son espacios con contenidos no aptos para ellos, con contenido, lenguaje e imágenes para adultos.

A través de la técnica del focus group se buscó conocer las razones que determinan las preferencias de los niños y niñas a ver determinados programas para adultos y deducir la influencia que estos generan en su conducta y desarrollo cognitivo.

Es importante tomar conciencia de la responsabilidad social de los medios y que éstos asuman que son parte del problema de formación de conductas, hábitos, y forma de pensar en sus receptores, especialmente de los niños.

Palabras Claves: Televisión infantil, rating, focus group, desarrollo cognitivo, responsabilidad social.

CAPÍTULO 1

1.1 INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como objeto de estudio analizar el discurso televisivo de aquellos programas que más consumen los niños de 8 a 11 años de clase media y baja de la ciudad de Guayaquil, para poder a través de los conocimientos técnicos y críticos obtenidos a lo largo de la Carrera de Producción en Artes Audiovisuales, desglosar las partes que conforman el todo del discurso audiovisual de dichos espacios. Para ello, se tomó como punto de partida el top 3 de los programas de mayor sintonía por el público infantil durante el mes de mayo del 2014, y se eligió a este segmento de la sociedad por ser de gran importancia para el desarrollo de la colectividad.

Los niños, son seres vulnerables que por su ingenuidad e inocencia no desarrollan aún un criterio que les permita discernir lo que deben y no aprender. Por ello, el tiempo que le dedican a ciertas actividades resulta importante para su formación. La televisión, es sin duda uno de los mayores pasatiempos en la vida de un infante, la influencia que este medio genera es de gran relevancia, estos pueden ser a corto y largo plazo. A corto plazo; se concentra de forma persuasiva, mientras que a largo plazo, sus consecuencias son enfocadas en lo cognitivo, a través de la imitación de conductas presentadas por determinados personajes que en el futuro se convierten en modelos y patrones de comportamientos.

Por ello que resulta importante, la existencia de programas infantiles que tengan como finalidad educar y entretener, que logren, a través de sus contenidos, generar en los infantes una instrucción adecuada que les permita un desarrollo cognitivo; a más de mostrar por medio de personajes, ejemplos a seguir adecuados en valores. Algunos países en Latinoamérica ya han mostrado preocupación ante esta problemática; en México por ejemplo, se

fomenta la producción propia de programas infantiles audiovisuales. En la actualidad el medio mexicano, a través de la Secretaría de Educación Pública y su canal Ingenio tv, plantea la enseñanza de valores mediante un dibujo animado llamado “El chango y la Chancla”, el cual es la primera serie animada educativa realizada en dicho país. Similar situación experimenta Argentina a través de sus canales “Pakapaka” y “Encuentro”, canales estatales en los que se transmiten espacios de producción infantil educativa de producción propia. Esto solo por citar solo algunos ejemplos.

Ecuador no es distante a la realidad consumista de los niños frente a la televisión; en la ciudad de Guayaquil, un estudio realizado durante el mes de Mayo a niños de edades de entre 8 a 11 años, del sector de Mapasingue y la Cda. La FAE, constata que el 80% de ellos ven televisión 7 días a la semana, y de estos el 70% consumen un promedio de 6 horas diarias. Lo que evidencia que gran parte del tiempo los niños se encuentran en contacto con la televisión y los distintos contenidos que esta presenta. De igual forma se evidenció que muchos de ellos observan la televisión sin la supervisión de un adulto, debido a que los padres trabajan y quedan bajo el cuidado de terceros, que en mucho de los casos prefieren no compartir tiempo para esta actividad con los niños. Ante esta realidad es importante cuestionarse; ¿La televisión ecuatoriana, brinda a los niños una programación adecuada para su edad?

En un análisis realizado en el mes de mayo a las parrillas de programación de los canales de televisión abierta del país con fines comerciales, más dos de UHF con fines educativos se logra demostrar que existen un total aproximado de 50 programas infantiles, de los cuales solo 5 poseen contenido educativo, los restantes se concentran en el entretenimiento; esto muestra las pocas alternativas televisivas que los menores poseen con respecto a una programación ideada para que ellos se logren educar.

Con este panorama, el presente proyecto pretende analizar la problemática que enfrenta la niñez ecuatoriana en el primer semestre del 2014, pues ante la falta de una adecuada programación infantil que a más de entretener logre brindar educación; ellos consumen programas en cuyos contenidos hay lenguaje y temáticas no aptas para el público infantil. Por tanto, es pertinente estudiar el lenguaje audiovisual de dicha programación y deducir de qué manera influye en sus hábitos de consumo y su comportamiento.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Afirmar que la niñez es el futuro de una sociedad, es necesario, pues a través de ellos se crean los cimientos de un mejor porvenir; la niñez representa una nueva oportunidad para comenzar un colectivo con mejores opiniones, principios, valores y un nivel intelectual superior que logre sacar adelante a un país. Por ello, es importante, que se dedique esfuerzos en mejorar todo lo que incida en sus hábitos y pensamientos. La televisión, al ser el medio de comunicación más consumido por los niños, debe ser minuciosa en todos los contenidos y mensajes que presente. Debe reconocer la gran influencia que representa en la formación de una cultura, y así también debe asumir con responsabilidad el papel social que cumple.

En la última década en Ecuador, ha existido un desarrollo televisivo de producción nacional, hoy por hoy se apuesta a invertir más en programas ecuatorianos de distintos géneros; sin embargo no es suficiente. Es evidente que se ha dado mayor prioridad a producciones de entretenimiento, en lugar de aquellas que posean un contenido educativo; de igual forma se ha prestado menos atención a crear espacios televisivos que sean propios para el público infantil del país, lo que ha provocado que este grupo consuma una programación que no fue diseñada para ellos; con lenguajes, contenidos y personajes no recomendados a menores.

Este trabajo, pretende realizar un análisis que permita conocer detalladamente las características y el discurso narrativo que poseen los programas de televisión más consumidos por el público infantil de la Fundación “María Eugenia” del sector Mapasingue y la escuela “Libertador” e la Cdla. La FAE de la ciudad de Guayaquil, y conocer qué es lo observan en televisión ante la falta de propuestas para ellos. La realización de este proyecto, pretende dar respuesta a la problemática de la influencia que puede generar una programación no apta para un público infantil, en los comportamientos y pensamientos de los menores. Para ello es necesario realizar un análisis de sus discursos, formas, estructuras, lenguaje, personajes, entre otros aspectos.

Esta investigación tiene como finalidad, ayudar a crear conciencia ante la crítica situación de la televisión ecuatoriana; los contenidos, el lenguaje y los niveles de producción no son apropiados. Por ello, la importancia de este trabajo; pues es necesario contribuir a la creación de un criterio de responsabilidad social que ayude a resolver problemas latentes en las televisoras locales y prestar atención a un sector de gran importancia como la niñez.

Profesionalmente, se considera significativo llegar a quienes desean dedicarse a la producción de televisión, para que los medios de comunicación puedan contar con colaboradores que no solo se interesen en arrasar con un rating, sino que también se preocupen por brindar a la ciudadanía una programación apropiada, que ayude a su crecimiento intelectual y por ende, al impulso de una sociedad más preparada.

1.3 DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.3.1 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA:

En Ecuador existen pocos espacios televisivos destinados al público infantil; lo que brinda mayor posibilidad a que los niños consuman un tipo de televisión cuyo contenido y lenguaje no sea adecuado para ellos.

Un muestreo realizado durante el mes de mayo del presente año en las parrillas de programación de algunos canales nacionales, demuestra que únicamente el 16.2% representa a programas infantiles y de estos solo el 1.98% posee fines educativos.

HIPÓTESIS:

Ante la falta de programación infantil adecuada, los niños consumen programas infantiles que no son adecuados para ellos.

1.3.2 PREGUNTA/PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

¿Cómo influye la falta de programación infantil de calidad, en los hábitos de consumo televisivo de los infantes de 8 a 11 años, de la escuela “Libertador” y la Fundación “María Eugenia” del sector Mapasingue de la ciudad de Guayaquil, en el primer semestre del 2014?

Se ha detectado, que actualmente existe poca producción nacional de programas televisivos infantiles con fines educativos, de los que se puede mencionar Educa Tv y Veo veo. Por lo que los niños ven productos audiovisuales de entretenimiento que no están dirigidos específicamente

para ellos, los mismos que poseen contenidos, imágenes y lenguajes que son recibidos de manera directa por los menores.

Mucho se ha cuestionado sobre la influencia que la televisión genera en los niños, es usual notar que la mayoría de estudios mencionan que los mensajes violentos contribuyen a actitudes agresivas en los pequeños, pero es necesario analizar el discurso televisivo que los menores reciben, pese a que no son productos dirigidos para ellos, los medios televisivos pautan su programación en un horario que es de fácil acceso para ellos.

Por lo tanto, resulta imprescindible desglosar el lenguaje narrativo de los programas que poseen el mayor rating de sintonía por el público infantil guayaquileño de nivel socioeconómico bajo y medio; para detectar de qué manera influye el discurso audiovisual en el comportamiento infantil.

1.4 OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL:

Analizar la influencia que genera la poca programación infantil, en los hábitos de consumo televisivo en niños de 8 a 11 años de la escuela Libertador de la Cda. La FAE y la Fundación “María Eugenia” del sector Mapasingue de la ciudad de Guayaquil, durante el primer semestre del 2014.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Investigar cuáles son los programas más consumidos por el público infantil de entre 8 a 11 años de la escuela Libertador y la Fundación María Eugenia del sector norte de la ciudad de Guayaquil durante el segundo semestre del año 2014
- Diagnosticar el lenguaje audiovisual de los programas de mayor sintonía por el público infantil; sus líneas gráficas, horarios, contenido, lenguaje, personajes, entre otros, para determinar si su lenguaje y contenidos son apropiados para el público infantil.
- Detectar, cuáles son las consecuencias que estos programas generan en el comportamiento de los menores.
- Sugerir alternativas de mejora comunicacional y de producción a las cadenas televisivas, para crear conciencia de la importancia de estudiar el lenguaje de sus productos, con la finalidad de ofrecer mejores programas al público infantil.

CAPÍTULO 2

2.1 REFERENCIAS CONCEPTUALES

En este capítulo, se revisará el marco referencial y legal que sirvió como punto de partida para el estudio del este proyecto. Se tomaron referencias de otras investigaciones que permitieron dar una visión conceptual del tema planteado en este trabajo; además de los autores de cabecera: comunicólogos, semiólogos y especialistas de otras disciplinas, que se consultaron en el proceso de esta investigación. Finalmente se investigó el marco legal planteado a nivel internacional y nacional de organismos que velan por el cuidado de medios que proporcionen contenidos adecuados para los infantes; a más de las leyes expuestas por el Estado ecuatoriano.

2.2. MARCO REFERENCIAL

Según estudios realizados, la televisión y su contenido influyen en la conducta y forma de pensar de los niños. Dedicarle tanto tiempo a este medio de comunicación, resta espacio de calidad a actividades que le ayuden a generar otro tipo de habilidades y un mayor desarrollo cognitivo y crítico, mientras que crea en ellos características no tan beneficiosas para su conducta y crecimiento intelectual. En la tesis “Proyecto de desarrollo para la creación de talleres artes plásticas y manualidades para niños” (p.16) se menciona lo siguiente:

“Los niños que ven televisión durante más horas son más agresivos y pesimistas, menos imaginativos y empáticos, tienden a ser más obesos y no son tan buenos estudiantes como los niños que ven menos televisión”

Por ello, es importante considerar el papel fundamental que cumple la televisión dentro de la sociedad, ya que al ser un medio de masas, de fácil

acceso para el público, su contenido es de rápida propagación. Los mensajes transmitidos a través de este medio pueden generar consecuencias en el ámbito psicológico, social y cultural pues es generador de opiniones, criterios e incluso de realidades. Por lo tanto, se podría considerar que dada la condición de ser un medio de comunicación de gran alcance, una de sus principales funciones debería ser la de brindar una información que logre educar a la audiencia, con mensajes que contribuyan de manera positiva a la construcción de un modelo de aprendizaje.

Por lo que es importante plantear la siguiente interrogante: ¿cumple la televisión ecuatoriana con dicho principio? Diversos autores han criticado la falta de compromiso que existe por parte de este medio para propagar una cultura de aprendizaje, sino que por el contrario proporciona a la audiencia estereotipos marcados y en ocasiones un estilo de vida poco alcanzable a la realidad, que son imitados por quienes reciben estos mensajes, pues ven en la televisión un transmisor de contextos que son tomados como referencias reales. Es la televisión entonces, un propagador y generador no solo de contenidos, sino también de realidades, de estilos de vida, de actitudes, de opiniones; así lo plantea la tesis *“Propuesta de Programa de televisión científico educativo”* su autor considera que la televisión cumple un papel importante a la hora de:

“Cambiar estereotipos, evitar prejuicios falsos y colaborar a la plena integración de las minorías sociales”

Un aspecto importante de mencionar, es el hecho de que en la televisión comercial el rating, es sin duda el motor por el cual dicho medio funciona, entre más rating, mayor será el ingreso económico para la televisora; por lo tanto tener una programación “atrayente” es necesaria. El inconveniente surge cuando la competencia por adquirir más audiencia es superior al deseo

de cumplir con las expectativas formativas que debe tener la televisión. Pero las características del público, influirán también en la aceptación o rechazo de los contenidos televisivos; pues estos son los que demandan lo que desean consumir; se podría hablar entonces de una dualidad: televisoras-público, pues si bien la televisión plantea los contenidos, el público demanda exigencias dependiendo de sus particularidades. Así lo plantea el estudio de tesis denominado: *“Formulación de un modelo integral para el análisis estructural de la realidad y la ficción en el discurso televisivo”* su autor considera que ambos miembros (productores y destinatarios) poseen intenciones; por un lado los productores que pretenden vender un producto televisivo, utilizando estrategias que logren captar la atención de un público que le sea fiel a su propuesta; y por el otro, los destinatarios que buscan que la televisión les proporcione aquello que están buscando.

Resulta necesario detectar los efectos mediáticos que provoca la televisión en los telespectadores menores de edad, que en definitiva son gran parte de los receptores de los contenidos emitidos. Analizar los discursos narrativos de determinados programas de televisión resulta imprescindible ante esta problemática, pues tras los evidentes efectos que puede provocar el medio televisivo en el público, se debe detectar los causantes de raíz de una situación que con el tiempo se agrava más.

2.3 MARCO TEÓRICO

Para analizar los diferentes autores se tomaron en cuenta ciertas categorías que se derivan del problema y los objetivos planteados en esta investigación. Investigadores como Matlin y Foley, Bandura, Giovanni Sartori, entre otros, forman parte del pilar de investigación de este proyecto, que con sus teorías

permitirán que este estudio profundice en las áreas más importantes que deben ser examinadas.

2.3.1 LA PERCEPCIÓN

Según La Real Academia de la Lengua Española, RAE, se puede definir la percepción como: “recibir por uno de los sentidos, imágenes, impresiones o sensaciones externas”, es decir; es el resultado de los que estímulos externos provocan e una persona.

Autores como Matlin y Foley, en su libro “Sensación y Percepción” (1996) dividen este proceso en tres partes:

La sensación: “se refiere a experiencias inmediatas y básicas generada por estímulos aislados simples”

La percepción: “incluye la interpretación de esas sensaciones, dándoles significado y organización”

La cognición: “proceso interpretativo, en la que se involucra la adquisición, almacenamiento, la recuperación y el uso del conocimiento”

Los autores, toman estos tres componentes como la forma en la que el ser humano capta el mundo, a través de la sensación las personas reciben los estímulos externos, los mismos que posteriormente por medio de la percepción son interpretados creando una relación entre aquel estímulo externo y la reacción psicológica que este produce en la persona, y finalmente se logra crear un proceso de adquisición en nuestra mente, conocido como conocimiento.

Los sentidos sin duda, cumplen un papel importante para lograr adquirir una relación entre los estímulos externos y la etapa perceptiva, pues es por medio de estos que se logran captar las inducciones que da el mundo

externo. El proceso cognitivo, de igual forma está íntimamente relacionado a lo que se presenta en el ámbito exterior, Matlin y Foley (1996), mencionan lo que provoca que los sentidos estén en presencia repetitiva con el mismo estímulo; ya que consideran que a partir de esto los sentidos se adaptan a dicho ente externo y cognitivamente, a mediano plazo, deja de sorprender y pasa a ser algo normal de la realidad.

En el 322 A.C, el filósofo griego Aristóteles, consideraba a la percepción, como la fuente básica y primera para alcanzar el conocimiento. Aristóteles afirmaba que la materia poseía de manera innata su esencia, por lo tanto, esto permitía que el conocimiento tome su origen a través de la percepción de las cosas mismas, sin necesidad de ir a la búsqueda de principios separados del mundo sensible.

El pensador, menciona algo muy importante dentro de este proceso: Para que exista percepción, no hace falta la voluntad, basta con que se esté en contacto directo con el objeto.

La voluntad representa la decisión del ser humano para elegir con libertad lo que desea o no. Si se basa entonces, en el principio de Aristóteles, el hombre sin poder de decisión, cuando entre en contacto directo con un objeto percibirá de forma automática la esencia del mismo, logrando adquirir un conocimiento inmediato de este. A esto Aristóteles lo denominó “El conocimiento sensible”, este tipo de conocimiento para el filósofo, era fugaz; consideraba que existía un conocimiento superior denominado “memoria sensitiva”, éste surge a partir de la experiencia que las sensaciones provocan en la memoria.

Se puede considerar por tanto; que la percepción no es un acto voluntario, y todo aquello que los sentidos logran captar, más las emociones o experiencias que estos provocan en la memoria, producen el conocimiento

en el ser humano, un conocimiento más persistente, pues fue elaborado a partir de lo que los estímulos provocaron en la memoria sensitiva del hombre.

Si la percepción se trata de adquirir experiencias a través de los sentidos, ¿Cuál es entonces el sentido por el cual el hombre recibe más estímulos? El psicólogo y filósofo alemán, Rudolf Arnheim, considera que la vista es el principal sentido mediante el cual la percepción y el conocimiento tienen su origen. Afirma que “el hombre actual está permanentemente acosado por el mundo del lenguaje” por lo que la vista es la forma más efectiva de aprender.

La RAE, define como lenguaje al “Sistema de signos que utiliza una comunidad para comunicarse oralmente o por escrito”, el ser humano está rodeado de lenguaje todo el tiempo, por lo que se puede considerar que según la teoría de Arnheim, los mayores estímulos externos que se reciben son visuales. Para este científico, la sensibilidad del individuo ante el medio le otorga inteligencia, a través del aparato cognitivo se formaliza la impresión que se obtiene en una idea-concepto, simplificándolo en la manera en la que se logra desenvolverse con el medio.

Estos tres autores mencionados, consideran a la percepción como base fundamental dentro del proceso de aprendizaje de un individuo, la forma de relacionarse y la sensibilidad de cada persona hacia el medio permite desarrollar un conocimiento de los objetos y la realidad presentada. Al mismo tiempo, Aristóteles menciona de la poca necesidad de la voluntad dentro de este proceso; por lo que las personas se presentan como sujetos influenciados por los estímulos presentados por el medio.

Estas teorías, resultan indispensable para el estudio del siguiente proyecto, pues la audiencia infantil al estar en constante relación con el medio televisivo, sus mensajes, contenidos, personajes, entre otros; resultan ser

entes con mayor posibilidad de ser manejables y vulnerables a las inducciones presentadas en los audiovisuales.

2.3.2 AUDIENCIA Y LENGUAJE TELEVISIVO

Es común escuchar la frase “salió en la televisión”, esto demuestra dos cosas: la primera, la aceptación que tiene este medio en la sociedad. Y como segundo punto; la veracidad que tiene ante la opinión pública. Ver algo en televisión se lo asume como verdadero, como real y por lo tanto está bien.

Pero... ¿Por qué la televisión tiene tanta credibilidad en la sociedad? Este medio tiene varias ventajas en comparación con otros, posee la imagen y el audio, eso hace que resulte más atractivo ante las personas y por tanto su consumo y aceptación sea mayor. Lo principal de esto, no es que posea imagen y audio, sino los recursos en general que son utilizados para captar una mayor atención.

El conjunto de las imágenes, sonidos, palabras, se lo conoce como lenguaje televisivo. La televisión, por ser un medio de masas, y por llegar a más personas procura utilizar un lenguaje que resulte atrayente.

El Ministerio de educación de Chile, a través de su portal web: Educarchile.com menciona las características más comunes del lenguaje televisivo:

- **Apertura o falta de cierre:** Nunca termina, es el televidente quien decide la duración del mensaje que se le es enviado.
- **Espectacularidad:** Su componente más importante es el espectáculo. Se trata de la relación que existe entre el espectador la escena que se le está presentando. En esta relación, el televidente acude al espectáculo porque se siente atraído por distintas fuentes de interés. Se considera a la

espectacularidad como una forma exacerbada que se utiliza para llamar la atención del espectador mediante distintos elementos de lenguaje propios del espectáculo como: luces, imagen, escenografía, etc.

- **Incitación al consumo:** La televisión está condicionada por el financiamiento y la publicidad comercial. Por ser esta la principal forma en la que se financia un canal, los auspiciantes poseen alto grado de injerencia con respecto a la construcción de los programas y el público al que se dirige. Las programaciones deben competir por capturar sintonía por franjas según las edades, las estratificaciones sociales, intereses y edades, para que de esta forma los auspiciantes tengan la certeza de sus productos o servicios llegaran a una gran masa.
- **Preponderancia aspectos emocionales sobre lo racional:** La televisión presenta formatos de estructuras que maneja narrativa-testimonial, cuya intención es caer en un modelo afectivo, opuesto al racional.
- **Uso de la palabra en TV:** Si bien la imagen cumple un papel primordial en el mensaje televisivo y el texto está determinado por la forma en la que se narra la imagen y el sonido; la parte verbal desempeña una función de acompañamiento, ya que esta refuerza, valora e interpreta. Por lo tanto, el lenguaje debe cumplir ciertas características

El mensaje verbal debe ser:

- **Conciso:** debe dar la información en la menor cantidad de palabras, y evitar ser reiterativos.
- **Claro y preciso:** debe ser de fácil entendimiento para todos los tipos de espectadores.

- Amplio: debe evitar utilizar un lenguaje muy técnico, ya que el contenido debe llegar a todo los números de espectadores posibles.
- Dinámico: lenguaje ágil para no incitar cansancio y o que se distraigan.

De la música y efectos sonoros en TV: Básicamente da refuerzo o énfasis a la imagen que se muestra, con la intención de provocar en el espectador reacciones o cierto tipo de emociones. Es importante que los efectos sonoros sean atractivos y sugerentes.

Ante estos tipos de recursos utilizados por la televisión, el público ve en este medio características que les resulta atractivas; el uso de un lenguaje coloquial de fácil entendimiento, contenidos temáticos llamativos, entre otro; todo esto junto influye para que los espectadores consuman programas específicos; en ese momento empieza una competencia mediática para lograr conseguir más televidentes.

La audiencia posee un precio, ya que el precio de la publicidad de los programas de televisión depende de la cantidad de personas que lo observan. Por ello, para las cadenas televisivas comerciales, lo más importante es conseguir un mayor número de televidentes. Los “people meters” o medidores de personas o también llamados audímetros, son los dispositivos encargados de medir la cantidad de sintonía de un programa, estos se miden en: Rating y Share. Según los datos investigados, se los define así:

Rating: “Es el resultado en porcentaje de los televidentes que sintonizan un programa según el total de personas que posean televisión”

Share: “Es el tanto por ciento de espectadores que posee un programa, sobre el total de televidentes de una franja horaria.

Bajo estos conceptos se maneja el lenguaje en el medio televisivo, en este medio todos los recursos que se utilizan son estudiados según el público al que desean dirigirse, pues como se mencionó anteriormente, lo más importante para que una televisora comercial se mantenga, es conservar una buena sintonía y a un público fiel a su programación, para de esta manera lograr generar mayor ganancia económica; esto provoca que en muchas ocasiones no se le dé tanta relevancia al contenido emitido en el medio, sino más bien que el único interés se concentre en lo que genere más sintonía, lo que mueva más masas.

2.3.3 GÉNEROS TELEVISIVOS

La televisión transmite programas que poseen distintos contenidos, pero que al mismo tiempo se caracterizan por similitudes de estructuras y formatos; los géneros televisivos son aquellos que logran categorizar a los espacios televisivos y que de igual forma rige las características que en esencia deben tener los programas.

Algunos de los géneros televisivos son:

- Informativos: Poseen como característica informar hechos noticiosos que han sucedido en la realidad. Estos tipo de programas seleccionan, ordenan y guionizan las noticias según el nivel de trascendencia. Se pueden dividir en:
 - Informativos diarios: Generalmente sus grabaciones se realizan en estudio y presentan los hechos noticiosos presentados durante el día.
 - Reportaje: Ahonda en temáticas de actualidad, mostrándolo de una manera dinámica que logre captar la atención del televidente

- Documental: Posee una mayor perfección formal y más composición narrativa, de igual forma profundiza en temas que pueden ser atemporales que se sean pertinentes de ser investigados.
 - Entrevista: Aparecen dos figuras básicas; un entrevistado y el entrevistador. A través de este método se pretende obtener puntos de vista, criterios y aportes técnicos y profundos de personas expertas.
- Formatos de ficción: Su principal característica es que cuentan historias inventadas, las mismas que son contadas a través de personajes creados. Según la temática que presenten se pueden dividir en:
 - Comedia o sitcom: Su principal finalidad es causar risas, esto lo logra a través de la historia que se narra y por medio de situaciones específicas.
 - Tele dramas: Conocidos también como telenovelas, se presentan por capítulos y cuentan historias de ficción de personajes que sufren determinadas situaciones.
 - Miniseries: Poseen una composición serial bastante limitada y de poca duración
- Docudrama: Presenta temas en los que prima el espectáculo, el show, la polémica, aspectos que intentan incitar el morbo. Se divide en:
 - Reality Show: Se caracteriza por mostrar aspectos “reales” de la vida de determinados sujetos. La premisa de la que parten es de que no existen guiones o historias

predeterminadas por producción, sino que lo se muestra es lo real de y espontáneo del momento.

- Talk show: Crea espectáculo a través de las confidencias y testimonios de panelistas. El presentador, interroga e intenta ahondar en la situaciones presentadas

- Entretenimiento: Su principal intención es lograr entretener al público, mantienen un formato más abierto y espontáneo. Se divide en:
 - Magazine: También conocida como revista de variedades, puede ser matinal, de tarde o nocturno. Presenta varios temas que son discutidos por los presentadores; de igual forma cuenta con la presencia de artistas invitados y reportajes de entretenimiento que mantienen un estilo fresco.
 - Programas concursos: Se presentan concursos, juegos y demás tipo de competencia que tienen como finalidad divertir al público

2.3.4 INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LOS NIÑOS

Giovanni Santori, en su libro “Homo Videns La Sociedad Teledirigida”, plantea que la comunicación se trasformó a partir de la televisión, pues se trasladó la palabra a un contexto de imagen. Y esto trajo consigo un gran cambio, pues la palabra es un símbolo que solo significa si se entiende; es decir si se habla el mismo idioma; en caso contrario, todas esas letras están muertas y son solo un signo cualquiera. Sin embargo, la imagen será siempre pura, se puede solo ver y eso será suficiente; no se necesita conocer otros idiomas, solo basta con ver.

El autor plantea que la televisión “es la primera escuela del niño”, todas las imágenes que vea de este medio serán absorbidas por él, ya que su capacidad de discriminar ciertos contenidos no está aún desarrollada. El menor, no tendrá necesidad alguna de saber leer, de hablar el mismo idioma, de entender lo que hablan; solo necesitar poder observar, y esto será suficiente.

El art. 4 del Código de la niñez y adolescencia ecuatoriano, define como niño o niña a la persona que no ha cumplido doce años de edad. Para el psicólogo Rodolfo Rojas, los niños durante estas edades observan las conductas sociales y pretenden imitarlas, ya que consideran como comportamiento aceptado a aquel que se asemeja a los estereotipos de lo que hace la mayoría.

La televisión, muestra un tipo de realidad que muchas veces es distante a la propia de los niños, lo que crea confusión en ellos y los lleva a imitar lo que se les presenta como natural, ya que no son selectivos para reproducir acciones.

Albert Bandura, es un psicólogo ucraniano-canadiense, reconocido por sus teorías del aprendizaje social. Su principal aporte: Observación e imitación plantea que existen aquellos aprendizajes que se producen a través de la observación y menciona con relevancia, el papel que desempeña la televisión en el comportamiento de los niños.

Bandura considera, que los mensajes agresivos que se transmiten en los programas de televisión, generan una conducta violenta en los niños y que además propician a construir modelos de referencia de agresividad; además, recalca a la observación y la imitación como principales generadores del proceso cognitivo.

De igual forma Drabman and Thomas (1977), plantean como principales consecuencias de la televisión en los niños lo siguiente:

- “Deseo por imitar lo que se les presenta”.
- “Provocar trastornos de sueño”.
- “En programas que poseen contenidos violentos: provoca que se insensibilice ante la violencia”.
- “Los niños que dedican muchas horas a ver programas de TV con contenidos violentos, se vuelven apáticos a situaciones violentas en la vida real”.

Siguiendo las teorías de Bandura y Santori, a partir de esto los niños imitan actitudes, aprenden frases o crean estereotipos que influenciarán en el cambio de sus valores y comportamientos. Los menores, al ser personas que aún se encuentran en el desarrollo de su criterio, son todavía seres vulnerables e influenciables a los estímulos que les presente el ambiente. Por lo tanto, es de importancia supervisar el tipo de programación que consume el público infantil, para impedir que el aprendizaje por imitación, genere la obtención de un aprendizaje que no sea propicio para ellos.

2.3.5 TELEVISIÓN EDUCATIVA

El código de Autorrealización y Clasificación de Programas del Instituto Oficial de Radio y Televisión española, define como televisión educativa a todos aquellos programas que muestran de manera positiva un retrato de comportamientos, impulsando actitudes infantiles como la solidaridad, igualdad, el respeto y el cuidado al medio ambiente. Son espacios televisivos sin presencia de violencia.

En Ecuador, a lo largo de la historia se han realizados pocos programas infantiles educativos, anteriormente se planteaba como requisito de que estos espacios debían tener intenciones religiosas, culturales o con fines educativos. De esta manera en 1966 se transmite “El show de los niños”, en este programa se fomentaban los dotes artísticos de los niños mediante concursos.

“Tele jardín”, fue otro de los programas populares durante la década de los 80, el conductor era Alberto Cañas, también conocido como “Cañitas”. Su transmisión era en vivo y mediante canciones, juegos y concursos se intentaba llevar mensajes educativos y positivos para los niños.

“El show de Yuli”, tuvo gran acogida por los niños, salió al aire en 1990 y estaba bajo la conducción de la peruana Giuliana Maiocchi. En este programa se enseñaban muchas canciones interpretadas por la conductora en las que se daban mensajes hacia el cuidado del medio ambiente y el fomento de la amistad en los niños.

“Arcandina”, transmitido desde 1998 hasta el 2000, era un espacio que intentaba educar al público infantil sobre cómo cuidar el medio ambiente y de igual forma se infundían valores morales. Este ha sido el único programa ecuatoriano que se ha exportado, ha aparecido en cadenas como Telemundo. Además en el 2002 obtuvo un reconocimiento de la National Wildlife Federation como el programa de educación ambiental de mayor incidencia a nivel internacional.

“Tiko Tiko”, interpretado por Ernesto Huertas, quien ha representado al payaso Tiko Tiko por más de 35 años, a través de bailes, canciones, movimientos y gestos intentaba enseñar acerca de los planetas, el medio ambiente, el abecedario y demás.

“Chispitas”, estuvo al aire por casi 16 años, durante la década de los 80 y 90. Este programa consistía en juegos, *yinkanas* y concursos. En un principio estuvo bajo la conducción de Luzmila Nicolaide, pero posteriormente Rashid Tanús, de solo 10 años, pasó a ser el presentador.

“Dr. Expertus”, Galo Recalde fue el creador de este espacio que tuvo gran éxito durante 1994. Expertus era un científico que trataba de hacer ciertos experimentos que al final no tenían buen resultado. Sin embargo, las aventuras y las enseñanzas que daba lograron enganchar al público.

Estos son algunos de los programas infantiles educativos que han producido en el Ecuador. Actualmente los programas más conocidos y destacados que se han logrado realizar a nivel nacional para el público infantil son:

“Educa Tv”, que con el slogan “Educación para aprender” es transmitido diariamente a nivel nacional a través de todos los canales de televisión. Este programa pretende llegar no solo a los niños, sino también a los adolescentes y las familias. El espacio está al aire desde Octubre del 2012, y cumple con la Hora educativa planteada por Ley de Radiodifusión y Televisión, la misma que plantea destinar a diario, no acumulable, programas elaborados Por los Ministerios o Secretarías que logren promover fines educativos y culturales.

“Veó Veó”, considerada la primera producción del Ecuador con identidad nacional. Este programa salió al aire el 30 de Mayo del 2013, está dirigido a niños de hasta los 4 años y se pretende enseñar a comprender la infancia a través de las distintas experiencias que muestren sus personajes. Este espacio es transmitido diariamente a través de Ecuador Tv, la inversión para esta franja fue de un millón de dólares.

Es pertinente señalar qué requisitos debe mantener un programa de televisión si desea entrar dentro de la categoría de educativo. El periodista e investigador colombiano Omar Rincón, plantea ciertas técnicas que se debe seguir, entre las cuales señala:

1. La televisión educativa, no puede seguir el mismo formato lineal, ni tampoco curricular que posee la educación convencional. Debe mantener los parámetros narrativos propios de la televisión, no la de un aula de clases.
2. Evitar saturar la pantalla con contenidos para ilustrar principios morales. Estos contenidos, resultan mejor si son contados como historias audiovisuales.
3. Aprender a contar temáticas locales con las que el público logre sentirse identificadas.
4. Lograr transmitir lo divertido y alegre que posee la educación

Resulta importante que los programas que tiene como finalidad educar, se esfuercen por cumplir con algunos de los puntos anteriormente señalados, para de esta manera crear espacios que resulten ser atractivos para el público infantil.

2.3.6 ANÁLISIS DEL DISCURSO:

El holandés Teun Van Dijk define al análisis del discurso como una investigación de tipo analítica que tiene como principal objetivo poner en evidencia los problemas de tipo social y político, y conocer cómo estos logran controlar la mente de los usuarios. Para este investigador, el grupo de personas lee, escucha y usa todo este tipo de signos para construir modelos mentales de forma personal acerca de los acontecimientos que contribuyan a sus creencias sociales. Van Dijk, da énfasis a la noción del poder; para él

todo discurso es poder, y a su vez considera a la persuasión como el más grande controlador de los actos lingüísticos de la modernidad; es decir, a través de la persuasión se pretende que el grupo de personas haga lo que se quiere.

A partir de esta teoría, se podría analizar el discurso que maneja un medio de comunicación de tanto alcance como la televisión, y su incidencia en el público para poder entender el poder del control que posee sobre la mente del consumidor.

Si se habla de discurso televisivo, se refiere a entender a los programas y programaciones como un todo comunicacional; es decir, descifrar los ejes que formaron parte para la formación de todo su sentido: productores, temas, líneas gráficas, horarios, target, entre otros.

Al emplear este concepto es importante diferenciar tres entes fundamentales: los productores (con intenciones específicas), el público (que es quien recibirá el mensaje) y el contenido (en el que a través de recursos audiovisuales sirve como un vehículo para transportar ideas)

Para el siguiente proyecto, se tomará como referencia el modelo de análisis presentado por el proyecto de tesis denominado: “Formulación de un modelo integral para el análisis estructural de la realidad y la ficción en el discurso televisivo” de la Universidad Autónoma de Barcelona, dicha investigación plantea ciertos parámetros para poder realizar una evaluación de los discursos televisivos de los programas de ficción de España, modelo que se consideró apropiado para seguir en esta investigación.

Cuando se comienza a hacer un estudio del discurso televisivo de programas de televisión, se debe tomar en cuenta aspectos como la organización dentro de la parrilla de programación de un canal, pues todo esto forma parte del

flujo del discurso, para ello se parte de tres principios: por un lado el horario del programa de televisión como unidad, por el otro la programación por franja horaria (mañana, tarde, prime time y nocturno) y por último, la unidad total de programación de la cadena televisiva.

Por lo tanto, se entiende que el análisis del discurso audiovisual no solo comprende al mero estudio del programa, sino también a la programación televisiva, entendida como parte del flujo comunicacional de un todo.

2.3.7 ANÁLISIS SEMÁNTICO

La RAE define como semiótica al estudio de los signos; esta disciplina plantea niveles importantes para el análisis del lenguaje dentro de un discurso:

- **Sintáctico:** Analiza la función que desempeñan las palabras dentro de un discurso ya que de estas dependen la interpretación de los textos.
- **Semántico:** Estudia detalladamente el significado de cada símbolo lingüístico, para lograr obtener una interpretación general de cada una de las partes del discurso.
- **Pragmático:** Se interesa por conocer la manera en la que el discurso influye en la persona, y cómo su contexto determina a la interpretación del lenguaje.

Para este proyecto se tomará el como punto de partida el análisis semántico planteado por la tesis “Formulación de un modelo integral para el análisis estructural de la realidad y la ficción en el discurso televisivo” de la Universidad Autónoma de Barcelona, el cual realiza la división de la siguiente manera:

- **Sintáctico:** El objeto de estudio se delimita a los encuadres, movimientos de cámara, angulaciones

- **Semántico:** Analiza el funcionamiento y significado de cada una de las partes del todo audiovisual; el lenguaje, los personajes, los colores, etc
- **Pragmático:** Estudia a la audiencia, el rating, las motivaciones para que el público consuma el programa y cómo influye en sus actitudes

Con estos parámetros se pretende realizar un análisis del discurso televisivo de los programas que más consumen los niños de entre 8 a 11 años de la ciudad de Guayaquil; para de esta manera determinar si son apropiados para ellos y detectar cuáles son las principales influencias que ejercen sobre su conducta.

2.4 MARCO LEGAL

Los medios de comunicación como la televisión, cumplen con un rol importante, pues son generadores de contenido y opinión social. La niñez requiere de especial cuidado en el tipo de información, ya que la exposición constante a mensajes que poseen violencia, lenguaje inapropiado, entre otros, enseña a los niños a resolver sus asuntos de esa manera. Es deber de los estados proporcionales a los niños, medios que promuevan su crecimiento cognitivo. Así lo plantea el art. 17 de la Convención sobre los derechos del niño de la Unicef:

“los estados partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversa fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental” y alienta a los medios a

“difundir información y material de interés social cultural para los niños”

Es por ello, que es responsabilidad de un estado garantizarle a la niñez, medios de comunicación que contribuyan de manera positiva con su formación intelectual, social y cultural, a través de contenidos adecuados que permitan brindarles una orientación óptima.

En Ecuador, el Código de la niñez y adolescencia en su cap. III art. 45 protege también este derecho en los menores:

“Es deber del Estado, la sociedad y la familia, asegurar que la niñez y adolescencia reciban una información adecuada, veraz y pluralista; y proporcionales orientación y una educación crítica que les permita ejercitar apropiadamente sus derechos”

El Plan Nacional para el Buen Vivir (2013 – 2017), considera que parte del buen vivir permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental, así como también la armonía, igualdad, equidad y solidaridad; por lo tanto es responsabilidad del estado incentivar la creación de un buen ambiente social a través de la propuesta de políticas y leyes que garanticen espacios de respeto y desarrollo.

De la misma forma, los medios de comunicación cumplen un papel fundamental para la obtención de un buen entorno social, ya que a través de su programación deben incluir mensajes que no incentiven las diferencias raciales, discriminativas, sexuales, entre otros. Sino por el contrario, presentar propuestas educativas que permitan a los espectadores un desarrollo en valores, criterio y conocimiento. La televisión por ser el medio de mayor acceso, y por poseer características visuales y auditivas, es capaz de utilizar mayores recursos que le permitan cumplir con esta intención.

“Obligaciones de los medios audiovisuales.- Los medios de comunicación audiovisuales de señal abierta tendrán la obligación de prestar gratuitamente los siguientes servicios sociales de información de interés general: Destinar una hora diaria, no acumulable para programas oficiales de tele -educación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencia en estas materias”. (Ley orgánica de comunicación del Ecuador, art. 74)

La obligatoriedad de los medios de comunicación audiovisuales, a la transmisión de una hora diaria de programas tele-educativos, representa el inicio de lo que puede llegar a ser una cultura de mayor conciencia social, que además construya un entorno más selectivo al momento de elegir sus preferencias televisivas y los contenidos que desee ver. A partir de esta iniciativa, no solo los medios trabajaran en función de dar un mejor producto, sino también el público logrará exigir mejores programas que les proporcionen enriquecimiento cognitivo.

CAPÍTULO 3

3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO

Para el siguiente trabajo de investigación se utilizará un modelo basado en el paradigma Socio-crítico cualitativo, debido a que el investigador deberá abordar la realidad con el objetivo de describirla, interpretarla y establecer la relación entre el objeto de investigación (programas televisivos) y el público infantil, para proceder a interpretar y establecer una relación que aproxime a una explicación sobre el fenómeno a estudiar.

Para recoger datos se emplearán las siguientes técnicas e instrumentos: entrevistas a personas, focus group y observación empírica.

3.2 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

La investigación cualitativa es un método que se realiza en procesos de estudio y se basa principalmente en la obtención de datos no cuantitativos. El fin de este tipo de análisis es lograr explorar las relaciones sociales y poder describir la realidad del objeto de estudio. Para ello es muy importante, obtener un profundo conocimiento de la conducta de las personas y del grupo que análisis.

Este método de obtención de datos, a diferencia del cuantitativo, se enfoca en investigar las razones de determinados comportamientos, pretende conocer las motivaciones que conduce a las personas a tomar ciertas decisiones, o así mismo descubrir las consecuencias que provoca en las conductas y forma de pensar de los individuos.

Los autores Denzin y Lincoln, plantean a este tipo de investigación como una actividad que logra convertir al investigador en observador y trasladarlo al mundo; ya que este tipo de estudio implica obtener un enfoque que logre

interpretar los escenarios naturales y conocer los significados que las personas le logren dar.

Algunas de las características que estos autores plantean sobre la investigación cualitativa son:

- Es un tipo de investigación inductiva
- Quien investiga ve al mundo como un todo, no como una variable
- Los investigadores deben ser sensibles y comprender al grupo de personas dentro de su propio entorno
- Quienes realizan este tipo de investigación, apartan sus filosofías y no imponen sus propias creencias.

Finalmente, es importante mencionar algunas de las técnicas que la investigación cualitativa posee para la obtención de los datos. Estas son:

- La observación
- Entrevistas a profundidad
- Focus group
- Cuestionario

3.3 FOCUS GROUP

Focus o group o grupo focal, es una técnica de estudio y de investigación que se basa en resultados cualitativos, sus resultados se obtienen a partir de las opiniones, experiencias o testimonios del público al que se va a estudiar.

Para este tipo de estudio se utiliza un moderador, que es la persona encargada de realizar las preguntas y dirigir la conversación; esta persona debe dominar la temática que se desea investigar, pues es quien dirige el grupo y determina las preguntas que se van a realizar.

Las ventajas que este sistema trae dentro de una investigación son significativas, ya que permite relacionarse de manera directa con el objeto de estudio, intercambiar criterios, revisar visualmente los gestos de cada participante al momento de responder y constatar de forma inmediata la veracidad de sus respuestas; lo que permite que la obtención de los resultados sean en menor tiempo y sobre el mismo momento en el que se aplica la técnica.

Se recomienda que el moderador domine los objetivos que se desean lograr con el grupo focal, pues todas sus preguntas e intervenciones deben ir dirigidas al objetivo general y los específicos, de igual forma debe aplicar tácticas que permita que todos los participantes logren intervenir dentro de la charla.

Este tipo de instrumento investigativo es fundamental aplicarlo cuando se desean conocer específicamente el sentir, las opiniones y los fundamentos que determinado grupo posee.

3.4. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN:

3.4.1 RATING:

El presente seguimiento se hizo en base al rating de sintonía de los programas más vistos por el público infantil de la ciudad de Guayaquil; este rating, con fecha de mayo del 2014, indica los 20 espacios televisivos más observados por los menores.

N°	Grupo	Canal	Hom-Muj 3-11 y Total			
			Inicio	Final	Rating	Share
1	CALLE 7 ECUADOR	Tc Televisión	16:56	19:00	7,0	32,1
2	SOY EL MEJOR	Tc Televisión	20:55	22:50	7,7	31,8
3	BAILA LA NOCHE 3 T.	Canal uno	22:30	00:02	4,6	31,7
4	EL COMBO AMARILLO V T.	Ecuavisa	18:49	19:59	7,5	31,5
5	ESTAS SECRETARIAS	Tc Televisión	19:59	21:15	8,5	31,4
6	TNV. COSITA LINDA	Tc Televisión	13:20	14:34	4,7	27,1
7	DRAGON BALL III	Ecuavisa	17:39	19:05	5,9	26,6
8	ZONA 7	Ecuador TV	09:23	12:30	2,9	24,0
9	ZOEY 101 I	Ecuavisa	15:06	16:13	4,5	23,9
10	TNV. MARIDO EN ALQUILER	Ecuavisa	22:46	23:53	2,8	20,6
11	EL NOTICIERO III	Tc Televisión	18:57	20:04	5,1	20,4
12	LA CASA DE MICKEY MOUSE I	Ecuador TV	08:56	09:43	1,6	20,4
13	DESPIERTC	Tc Televisión	06:00	07:00	0,6	19,5
14	COMBATE	RTS	20:00	22:16	5,1	19,3
15	DE CASA EN CASA	Tc Televisión	08:59	11:47	2,1	18,9
16	TNV. GATA SALVAJE (R)	Tc Televisión	15:56	17:02	3,7	18,9
17	DORAEMON III	Ecuavisa	16:58	18:10	4,0	18,5
18	TNV. CORAZON ESMERALDA	Tc Televisión	14:27	15:32	3,5	18,3
19	EL COMBO AMARILLO III T. (R)	Ecuavisa	13:59	15:15	3,4	18,0
20	NED III	Ecuavisa	16:02	16:44	3,5	17,9

(Fuente: IBOPE TIME)

3.4.2. DATOS GENERALES

Se analizaron los 3 programas más vistos de los canales comerciales de la ciudad de Guayaquil. En los que quedaron: Tc Televisión y Canal Uno.

Los 3 programas más sintonizados son:

Calle 7: Tc Televisión

Soy el mejor: Tc Televisión

BLN La competencia: Canal Uno

Cabe recalcar, que los tres programas antes mencionados pertenecen al género de Reality Show, lo que muestra una clara preferencia a este tipo de espacios televisivos. Por lo que considero importante analizar las razones de la acogida de este tipo de espacios por parte de los niños; ¿Qué ofrece esta programación para que logre ser atractiva a los menores?

Técnicamente, los reality shows tiene un tipo de formato distinto a lo convencional; es importante entonces analizar las características esenciales de estos programas, y descubrir la razón por la que en los últimos años dicho género ha tenido una mayor creciente de producción, y en el público ha tenido gran acogida.

3.4.3. BREVE RESEÑA DE LOS PROGRAMAS A ANALIZAR

CALLE 7

Calle 7, es un programa televisivo que surgió en Chile en el año 2009, perteneció a la cadena TVN y tuvo una duración de 12 temporadas, su último capítulo en aquel país fue el 31 de mayo del 2013.

Ecuador, tomó este programa para realizar la producción local; su primer capítulo fue el 5 de noviembre del 2012 por la señal de Tc Televisión.

Este es un programa de competencia, se crean equipos y los jóvenes deben superar distintas pruebas con la finalidad de no ser eliminados y poder así, ganar el premio final.

El programa se caracteriza, por tener competencias de gran esfuerzo físico, por lo que sus competidores, son hombres y mujeres de gran atractivo y cuerpos ejercitados.

SOY EL MEJOR:

Este es un programa de televisión producido y transmitido por la cadena Tc Televisión, su primer programa fue emitido el 21 de Mayo del 2014, hasta el momento llevan 2 temporadas al aire.

En este reality, se pone a prueba el talento artístico de los participantes, pues estos deben demostrar sus capacidades en áreas como el canto, baile y la actuación, al final de cada programa son calificados por el jurado.

El programa se caracteriza por mostrar en sus presentaciones gran despliegue de luces y recursos técnicos con la finalidad de mostrar atractivo cada participación de los concursantes.

BLN LA COMPETENCIA

Programa producido y transmitido por Canal Uno, el primer capítulo fue el emitido el 28 de Enero del 2013, hasta el momento lleva 3 temporadas al aire, inició como reality de baile y mutó a concurso entre grupos al igual que Combate y Calle 7.

El espacio, es un programa de baile y consiste en que varios talentos de pantalla “*apadrinan*” a un concursante, quienes son calificados por un jurado.

Este programa se caracteriza por bailes sensuales, y el poco uso de ropa por parte de los participantes.

3.5. REALIZACIÓN DEL FOCUS GROUP:

- Para la realización del focus group se visitó la escuela “Libertador” ubicada en la Cdla. La FAE, al norte de Guayaquil; así también, se asistió al sector de Mapasingue ubicado en la ciudad de Guayaquil.

- Se trabajó con 6 grupos de niños de aproximadamente 15 integrantes cada uno, cada sesión duró alrededor de 20 minutos.
- los grupos de trabajo fueron homogéneos en edades, esto se lo realizó con la intención de descubrir si existen diferencias de gustos entre las distintas edades.
- Al ser pequeños, se decidió realizar preguntas con opciones múltiples para que de esta manera ellos puedan elegir y a partir de sus respuestas poder iniciar el proceso de diálogo con ellos.
- Las preguntas consistieron en colocar distintos programas de televisión que se transmiten en diferentes canales pero en el mismo horario. Esto para conocer las preferencias exactas de lo que les gusta ver según cada horario en competencia con otros canales.

3.5.1 PREGUNTAS DE FOCUS GROUP:

1. ¿Ven televisión todos los días?

Sí

No

2. ¿Cuántas horas diarias ven televisión?

4 horas

6 horas

7 horas o más

3. De los siguientes programas ¿Cuáles prefieren ver?

Calle 7

Combo amarillo

Cada quien su santo

Secreto Toño Palomino

4. **¿Por qué? ¿Qué te parece interesante?**
5. **De los siguientes programas ¿Cuáles prefieren ver?**
 - Soy el mejor
 - Combate
 - Rastros de mentiras
6. **¿Por qué? ¿Qué te parece interesante?**
7. **De los siguientes programas ¿Cuáles prefieren ver?**
 - Baila la noche
 - Cuento encantado
8. **¿Por qué? ¿Qué te parece interesante?**
9. **¿Qué tipo de programas prefieren ver en televisión?**
 - Dibujos animados
 - Telenovelas
 - Programas como Combate
 - Educa

3.6. REALIZACIÓN DE ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

- **Entrevista para el marco legal:** Se abordaron los deberes que el Estado tiene para poder proporcionarle a la niñez, una información que permita su desarrollo intelectual; así como también las sanciones que puede tener un medio en caso de no cumplir con esta norma

Preguntas:

- Desde el ámbito legal, ¿Qué leyes se plantean con respecto al tipo de programación que deben tener los medios de comunicación hacia los niños?
- ¿Por qué cree que es importante que es Estado vele por el cumplimiento de estas leyes?

- ¿Cuáles son las sanciones que se darían en caso de que no se cumplan con estas leyes?
 - Como Ab. ¿Qué recomendaciones daría a los medios con respecto a la programación y el público infantil?
- **Entrevista a madres de familia:** Se intentó conocer cómo funciona la actividad de los niños en el hogar y la vida diaria con respeto a estos programas. De igual forma, se trató de conocer la opinión de las madres con respecto a los programas y la situación de que sus hijos vean esta programación

Preguntas:

- ¿Cuál es el programa favorito de su hijo (a)?
 - A su criterio, ¿Qué es lo que le llama la atención de dicho programa?
 - Cómo considera ese programa ¿Apto o no apto para su hijo(a)?
 - ¿Cómo cree que influye en su comportamiento?
 - ¿Cree usted que intenta imitar lo que ve?
 - Cuénteme como es la rutina diaria de su hijo(a) previo a la hora de transmisión del programa
 - ¿Cree que los medios en Ecuador educan?
 - ¿Cuáles serían sus sugerencias u observaciones?
- **Entrevista a Psicólogo:** Se acudió a un experto en el tema para que explique las razones de las preferencias de los menores, así como

también para conocer la importancia que posee la televisión y la forma en la que la incide en los comportamientos.

Preguntas:

- ¿Cuáles son las principales características conductuales de los niños entre 8-11 años?
- ¿Cómo se da ese proceso cognitivo para poder aprender de ciertas cosas; es decir, existe un discernimiento o toman lo que les enseñan sin saber si es bueno o es malo?
- En cuanto a la televisión, ¿Cuál es el apego que un niño puede sentir hacia la televisión?
- Según el rating los programas más vistos por los niños fueron calle 7, soy el mejor y baila mejor. La característica que estos programas tienen en común, es que son un reality show. ¿Por qué cree usted que se da esta preferencia de los niños hacia los realitys show? ya que los tres tienen competencias, espectáculo, show. ¿por qué cree están tendiendo a este tipo de preferencias televisivas como los realitys show?
- ¿Y estos programas cómo pueden influir en ellos?
- El 100% comentó que los que más le gustaba de estos programas eran los chismes, la competencia y que se muestren infidelidades y la polémica. ¿Qué es lo que encuentran atractivo por ejemplo en la competencia? ¿será que se encuentran identificados?
- Ahora, la parte del control en el hogar; ¿usted cómo cree que deba de darse, prohibiéndolo o permitiéndolo bajo la supervisión. cuales es el proceso más adecuado para el control dentro del hogar.

CAPÍTULO 4

5.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS:

Para el análisis del discurso televisivo de los 3 programas de mayor sintonía por el público infantil, se tomará como modelo el planteado en la tesis “Formulación de un modelo integral para el análisis estructural de la realidad y la ficción en el discurso televisivo” de la Universidad Autónoma de Barcelona, dicha investigación plantea ciertos parámetros para poder realizar una evaluación de los discursos televisivos de los programas de ficción de España (detallado en el marco teórico). Se consideró pertinente tomar como referencia este modelo, ya que los autores proponen parámetros específicos que permitirán indagar de manera más profunda detalles de los programas a estudiar, lo que permitirá estudiar de forma minuciosa características propias del programa de tv, así como también aspectos generales de la cadena televisiva que los produce.

El análisis se lo realizará de manera independiente por cada programa, esto servirá para estudiar de forma más concreta las características propias de cada uno de estos espacios televisivos, para lograr determinar si es acertado que menores de edad consuman este tipo de programas, los mismos que no fueron mentalizados para instruir educativamente a los infantes.

4.2 EL CASO CALLE 7:

1. HORARIO Y FRECUENCIA DEL PROGRAMA:

De lunes a viernes: 17:00.

Duración: 2 horas

2. ORGANIZACIÓN DENTRO DE LA PARRILLA:

Este programa dentro de la parrilla de programación de Tc Televisión, está precedido por la telenovela “La mujer de mi vida”, este es un programa venezolano que narra la vida de una humilde muchacha que por casualidad llega a la relacionarse con la millonaria familia Thompson, ahí conoce al hijo mayor de la dueña de casa con quien surge de forma inmediata una atracción entre ambos. El conflicto de la historia comienza cuando, la madre del joven se entera del romance de su hijo y la sencilla chica; la señora considera que la muchacha no es apropiada para su millonario hijo, lo que da inicio al conflicto social de la telenovela.

Posteriormente al programa Calle 7 le sigue el Noticiero III; para ello es importante analizar el tipo de información que este noticiero muestra. Si bien la función principal de un informativo de noticias es precisamente eso, dar a conocer los hechos más importantes del día; lo que diferencia un noticiero de otro es cómo se “forma” el programa, es decir; el tipo de contenido al que cada noticiero le da prioridad, pues como cualquier espacio televisivo se debe establecer prioridades de los temas que se presentaran y que diariamente se abarcarán. La tesis “Influencia que ejercen los noticieros de Tc Televisión en los espectadores” de la Universidad Politécnica Salesiana de Guayaquil, revela que el Noticiero III de Tc Televisión, posee un 48,70% de noticias de tipo sensacionalistas. Esto quiere decir, de que en este medio de comunicación, las noticias que más se transmiten son aquellas que provocan asombro y escándalo.

Calle 7 se encuentra en medio de una telenovela cuya historia central está ligada a un conflicto social: el noviazgo entre una chica y de escasos recursos y un millonario; y por otro lado, un noticiero que posee gran porcentaje de contenido sensacionalista. Lo que lleva a pensar que este reality, por estar en medio de los dos programas antes mencionados, no debe alejarse del mismo concepto de mostrar en su contenido aspectos

relacionados al conflicto, cuya intención sirva para impresionar y llamar la atención del público.

De lunes a viernes Tc Televisión, horario tarde-noche

HORARIO	PROGRAMA
16:00	TNV La mujer de mi vida
17:00	Calle 7
19:00	El Noticiero III

(Fuente: Tc Televisión)

4.2.1. ANÁLISIS SEMIÓTICO

SINTÁCTICO

Al ser un programa de competencia, los planos que se utilizan son de poca duración, esto en el ámbito televisivo ayuda crear dinamismo y movimiento; pues si se utilizarán planos de larga duración, daría la sensación contraria; aburrimiento y monotonía.

El uso del *jib* (o grúa para la cámara) ayuda a ubicar al espectador en el espacio en el que se realiza el programa, además de que muestra los recursos escenográficos con los que cuenta el show; como el amplio escenario, la piscina, las rampas, y los elementos propios de los obstáculos físicos que deben pasar los competidores.

Algo muy común en este programa es también el uso de primeros planos para mostrar los rostros de los concursantes; cuando existen discusiones o en los momentos de las nominaciones se recurre a este tipo de planos; los mismos que proyectan las expresiones de enojo, angustia o tristeza de los

participantes; el Director de cámara, suele realizar esto para provocar que el espectador se sienta más involucrado en el conflicto que se vive en el set y pueda, de cierto modo, hacer que el público cree empatía con los personajes, para que de esta manera los televidentes logren sentirse identificados con los sentimientos de quienes están en el estudio.

SEMÁNTICO

Al observar este programa, se logró evidenciar algunas características importantes:

- Se muestra mucho trabajo en equipo
- Pruebas física complejas
- Se da a conocer las peleas y problemas entre competidores
- Enseñan los sentimientos de los concursantes (furia, tristeza, enojo, cansancio, etc)
- En la parte inferior de la pantalla, se muestran banners con mensajes como: ¿tendrán los amarillos una maldición?
- Uso de música de suspenso durante las pruebas
- Presentadores incentivan al cruce de palabras y enfrentamientos entre los miembros de distintos equipos

Una característica importante en este programa, es el hecho de que se intenta ahondar en los conflictos personales que existe entre los competidores de cada equipo. Los *anchors*, incitan a enfrentamientos y cruce de palabras, y a través de los primeros planos en los rostros de los concursantes, más el recurso de colocar música de suspenso; se amplifica el ambiente de conflicto.

Otro dato que se debe mencionar, es el uso de banner con frases o preguntas. En el momento en que se están enfrentando ciertos participantes; en la parte inferior aparecen estos banners, propios de la línea gráfica del

programa, con comentarios o preguntas como: “¿Cómo quedará la situación del equipo amarillo, podrá más la admiración a su líder o el aprecio a sus integrantes?” Estas frases sin duda, tienen como intención provocar que el público, desde sus hogares, forme discursos de opinión y se logre sentir parte de los conflictos que suceden en el set, es decir; el público logra creer que pertenece a la situación; no se siente un ser ajeno; sino que considera que forma parte de esa realidad y por lo tanto se involucra sentimentalmente. Se podría decir, que este programa no es solo un espacio de competencia física, sino también de competencia emocional, pues las nominaciones de equipos, traen consigo rivalidades entre miembros de los distintos equipos.

Otro recurso bastante utilizado por la producción de este programa, es la división de pantalla; en el momento de las nominaciones se divide la pantalla en dos, de tal manera que del lado derecho se *poncha* a la persona que nomina, y del lado izquierdo quien está siendo nominado; esto incrementa más aún el ambiente de confrontación, pues en ese periodo de tiempo los concursantes dicen las razones por las que desean que la otra persona sale de la competencia.

Como se lo revisó anteriormente, Calle 7 al estar en medio de dos programas que poseen en sus contenidos violencia y conflicto; desde el punto de vista televisivo no puede estar alejado de este mismo lenguaje, pues la cadena televisiva debe tener en sus franjas horarias un mismo flujo de lenguaje para crear un hilo conductor dentro de su programación.

PRAGMÁTICO

Según el rating del mes de mayo del 2014 (el cual se está tomando como referencia), Calle 7 posee una sintonía de 7,0 puntos. En un focus group realizado a niños y niñas de clase media y baja de la ciudad Guayaquil; los menores comentaron que las razones por las que observaban este programa

eran principalmente por las competencias y los conflictos que se muestran entre los participantes, les parecía atractivo que se enseñen las peleas y las infidelidades que los concursantes tenían entre ellos.

El focus grupo fue realizado a niños y niñas de edades entre 8 a 11 años; el 100% afirmó que lo que les parecía más atractivo eran los retos; esta misma cifra se mantuvo al manifestar que la polémica que se transmitía en el espacio televisivo les llamaba mucho la atención.

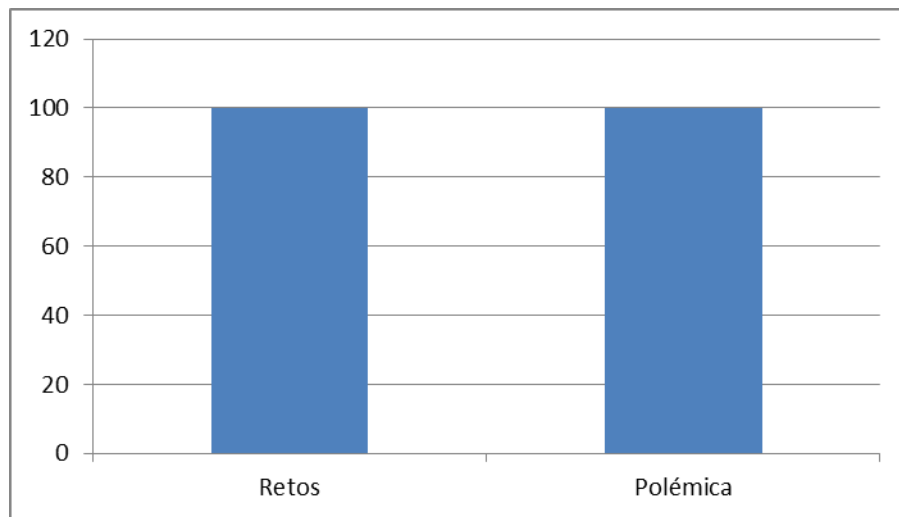


Gráfico 1

(fuente: La autora)

Sin embargo, hubo una diferencia entre los niños de entre 8,9 y 10 años con los de 11; puesto que aproximadamente un 10% de la última edad mencionada comentaron como una de las motivaciones para ver el programa, a las chicas de buen físico que aparecía como concursantes.



Gráfico 2

(Fuente: La autora)

Al conversar con una docente de una de las escuelas a las que se asistió para realizar el estudio, esta comentó que la parte de la competencia se ve refleja en la vida diaria de los niños durante su jornada de clases, pero no desde el punto de vista físico como en el programa de tv, sino desde la perspectiva material; muchos de los niños compiten por mostrar mejores bienes materiales que el otro, lo que provoca un ambiente de vanidad y presunción entre los menores.

4.3. CASO: SOY EL MEJOR:

1. HORARIO Y FRECUENCIA DEL PROGRAMA:

Lunes a viernes: 21:00

Duración: 2 horas

2. ORGANIZACIÓN DENTRO DE PARRILLA

En el horario anterior a Soy el mejor se encuentra “Estas secretarias”, esta es una serie que relata la situación de varias secretarias que trabajan en una empresa de publicidad, el escenario central es la oficina general en donde se ubican las secretarias, y es de aquí de donde se desarrollan las mayorías de la historia. Se analizó el capítulo “Areta en Apuros” en el que se pudo notar situaciones de *chisme*, de mentira e injuria. Todo esto por la justificación de aparentar un mejor status o posición frente al resto de miembros de aquella empresa. Una característica que llamó la atención, fue la exposición sexual y sensual que se le da a la mujer; la gran mayoría de personajes utilizan como vestuario faldas muy cortas y ajustadas, además de blusas escotadas que les permiten mostrar los pechos. El culto a la belleza física, es también común, se muestran mujeres muy preocupadas por la imagen, y además de eso se critica y se da burla a aquellas que no lucen como el resto

Posterior a Soy el mejor, se encuentra el reprise del Noticiero III, que como lo analizamos anteriormente se caracteriza por la trasmisión de noticias de gran contenido sensacionalista.

De lunes a viernes Tc Televisión, horario noche

HORARIO	PROGRAMA
20:00	Estas secretarias
21:00	Soy el mejor
23:00	El Noticiero III

(Fuente: Tc Televisión)

4.3.1 ANÁLISIS SEMIÓTICO

SINTÁCTICO

Los planos que se utilizan en este programa son de mayor duración y generalmente no son tan cerrados. Este show a diferencia de Calle 7, que mostraba las emociones de los participantes, y por tanto utilizaba mayoritariamente primeros planos; debe mostrar las coreografías de los participantes, así como también la escenografía y la puesta en escena para las distintas presentaciones; por lo tanto el valor de los planos que utiliza son de mayor proporción.

De igual forma, el uso del *jib* ayuda a mostrar de manera bastante amplia el set de gran tamaño con el que cuentan y permite tener una vista panorámica del despliegue técnico.

SEMÁNTICO

Algunas de las características que se evidenciaron fueron las siguientes:

- Gran escenario
- Despliegue técnico
- Uso de lenguaje folclórico
- Bailes sugerentes
- Mujeres con vestidos cortos
- Se muestra conflictos entre participantes
- Se muestra conflicto entre miembros del jurado
- Uso de banner en la parte inferior de la pantalla
- Invitación al público para que envíen *tweets*
- Se muestra en vivo los *tweets* enviados por los televidentes

Sin duda es un programa de amplio despliegue técnico, la escenografía y la puesta en escena de las presentaciones llaman la atención del espectador; sin embargo, un detalle que resulta bastante “atractivo” es el vestuario de quienes compiten: mujeres con vestidos bastante cortos y hombres sin camisas.

La presentadora (Gabriela Pazmiño), utiliza un lenguaje bastante popular, hasta chabacano, esto permite al televidente sentir a la persona que aparece en televisión como alguien cercano a ellos; por lo tanto el público logra sentirse identificado con el personaje de pantalla. Otra de cosas que realiza el *anchor* es mostrar conflictos entre los participantes, cortarlo directamente a la cámara a manera de *chisme*, es también un recurso que hace al televidente sentir que se lo están contacto directamente a él.

De igual forma, se invita al público a enviar *tweets*, producción crea *hashtags* alusivos a las situaciones más controversiales de la jornada del show; de esta manera el televidente forma parte de lo que sucede en vivo vía internet; posteriormente estos *tweets* son mostrados en la parte inferior de la pantalla.

Los bailes sugerentes, es también una de las características que más llaman la atención de este programa; pues la mayoría de las coreografías son del género *reggeton* y los movimientos son bastantes sensuales y sugieren mucha sexualidad.

Como lo revisamos anteriormente, este programa esta precedido por “Estas secretarias” que es un programa en el que muestra abundante *chisme*, y el que el cuerpo de la mujer es explotado. Si revisamos el flujo comunicacional de la parrilla, podemos verificar que colocan juntos programas que tienen en común características similares, pues en Soy el mejor, se evidencia el poco uso de vestuario, así como también el conflicto, y la creación de intriga hacia la vida de los concursantes y miembros del jurado.

PRAGMÁTICO

El focus group realizado revela que al 100% lo que más les parece atractivo a los niños de este programa son los *chismes* y las coreografías de los concursantes.

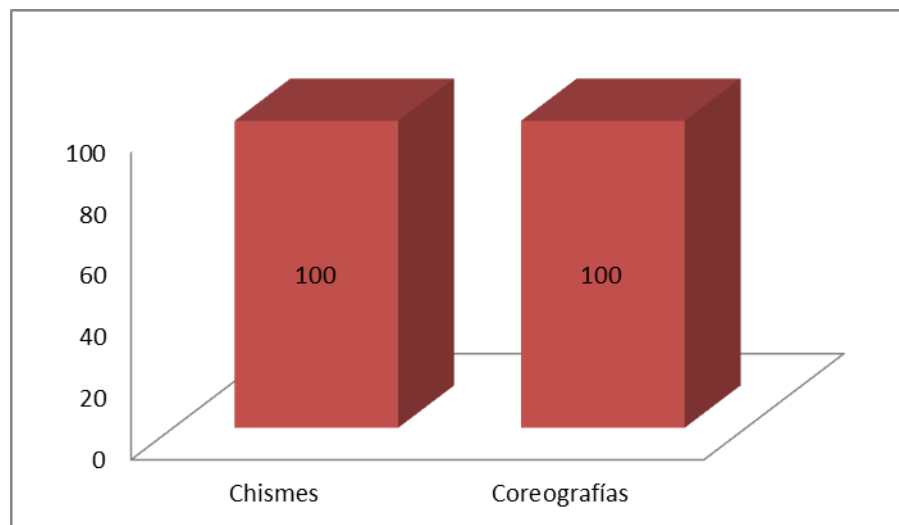


Gráfico 3

(Fuente: La autora)

Conocer los *enamoramientos* y romances de los participantes del programa les llama la atención, así como también los bailes. Es importante recordar el tipo de baile que este programa muestra, ya que son bailes bastantes sugerentes y provocativos y con vestuario atrevido.

Un dato curioso que se logró notar en el focus group, es que un grupo de niñas de 9 años, manifestaron que les llama mucho la atención la forma en la que se visten las mujeres en el programa “Soy el mujer”, les parece agradable los vestidos que utilizan y que cuando ellas sean mayores desearían lucir igual; de igual forma les gusta el maquillaje y el cabello largo.

En esta misma conversación, las menores reiteraron que el *chisme* que se muestra en el programa les parece entretenido, y una de las niñas hizo una comparación de esto con una situación propia de ellos. Comento: “Es como cuando a un niño le gusta una niña pero no lo podemos mencionar porque después se enteran todos”. Esto revela que en el grupo se viven ciertas situaciones de atracción, y el *cuidado* que se debe tener para que no todos se enteren; lo que refleja que existe una propagación de este tipo contenidos entre ellos.

Una docente manifestó que estos factores como los que muestran programas como Calle 7, se ven reflejados en la vida cotidiana de los niños y niñas, ya que el *chisme* es bastante común entre ellos, así como también los enamoramientos entre compañeros. En muchos casos, según la maestra, se constatan situaciones en las que se divulga entre los miembros del aula de clases, situaciones íntimas del entorno familiar de alguno de los niños, o también se inventan amoríos e historias entre ellos.

4.4. CASO BAILA LA NOCHE (LA COMPETENCIA)

1. HORARIO Y FRECUENCIA DE PROGRAMA

Lunes a viernes: 22:20

Duración: 1 hora 30 minutos

2. ORGANIZACIÓN DENTRO DE LA PARRILLA

Baila la noche, esta precedido por dos programas que en Ecuador dieron mucho de qué hablar; el primero, Showmatch: este es un reality show argentino, creado y conducido por Marcelo Tinelli, lleva 10 temporadas al aire, y desde sus inicios en el 2005 ha tenido gran sintonía en Argentina. Se trata de un programa de entretenimiento, en el que se realizan competencias de baile y de igual forma se hacen bromas de cámara escondida. El segundo

programa que precede a Baila la noche es “En carne propia”, este es un programa ecuatoriano, conducido por José Delgado, y que consiste en transmitir problemas de los sectores marginales de la ciudad de Guayaquil; este espacio se caracteriza por poseer un contenido sensacionalista, pues se basa en historias escandalosas para llamar la atención del público; el lenguaje que se utiliza es folclórico.

Estos dos programas, en sus inicios crearon gran controversia y llamaron la atención del público, pues sus formatos no eran convencionales, al igual que sus contenidos causaban polémica; el hecho de que Baila la noche esté ubicado después de ambos espacios, es un indicio de que lo que se muestra está íntimamente relacionado al espectáculo, la controversia y el sensacionalismo.

HORARIO	PROGRAMA
19:30	Showmatch
21:00	En carne propia
22:00	Baila la noche

(Fuente: Canal Uno)

4.4.1 ANÁLISIS SEMIÓTICO

SINTÁCTICO

Mayoritariamente se utilizan planos generales, y planos medios. No hay mucha riqueza de planos ni de angulaciones.

Los planos generales sirven para mostrar las coreografías, cuando se presentan ante el jurado o conversan con los presentadores se utilizan los planos medios.

SEMÁNTICO

Algunas de las características que se evidenciaron fueron:

- Lenguaje folclórico
- Se muestra excesivamente las polémicas, peleas e infidelidades de los participantes
- Bailes explícitos y sexuales
- Participantes con casi nada de ropa o en bikinis
- Presencia de ciertas minorías como los *trans*
- Jurado incitan a que los participantes se quiten la ropa
- Miembro de jurado con vestuario audaz y controversial

Baila la noche, sigue la línea sensacionalista del programa que se le antepone “En carne propia” y de igual forma, toma como referencia la parte del espectáculo y lo atrevido de Showmatch. Lo que da como resultado, un espacio televisivo de mucha controversia.

Se muestra de manera excesiva la *vida privada* de los concursantes, las polémicas e incluso las infidelidades entre los miembros de los equipos, lo que crea un ambiente de mucha disputa y conflicto.

Los bailes sexuales que se presentan, acompañados del hecho de la escasa cantidad de ropa con la que se realizan las presentaciones, muestra un ambiente de mucho erotismo. A más de esto, es importante resaltar el hecho de que los propios miembros del jurado incitan a que los concursantes se

quiten la ropa, y en el caso de que no se cumpla les restan puntos de su calificación final.

Técnicamente, no es un programa muy rico en cuanto a producción; su escenario es pequeño, las puestas en escena de las coreografías son básicas y la propuesta de tiros de cámara son mínimos.

PRAGMÁTICO

Baila la noche con un rating 4,6 puntos, se convierte en el tercer programa más visto por los niños de clase media y baja de la ciudad de Guayaquil, según el reporte de sintonía del mes de Mayo del 2014.

En la conversación mantenida con los niños y niñas dieron a conocer, que de igual forma a los programas antes mencionados, lo que les gusta de Baila la Noche es la competencia y el baile.

Recordemos que los bailes realizados en el programa son bastante provocativos, en la mayoría de los casos con sugerencias sexuales, y de igual forma el vestuario que utilizan es escaso. Sin embargo a los menores esto es lo que les atrae.

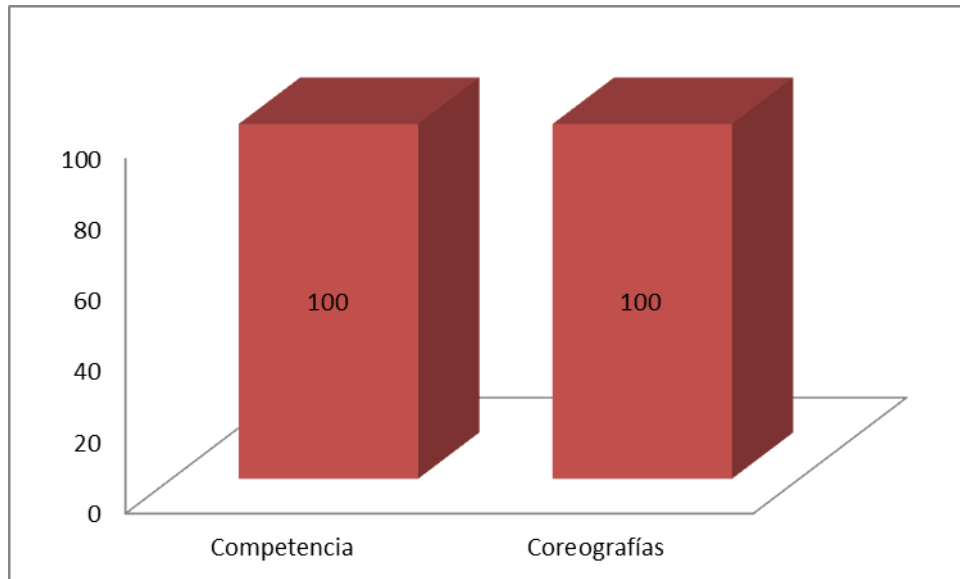


Gráfico 4

(Fuente: La autora)

Como se puede evidenciar, en términos generales, el 100% de los niños con los que se realizó el focus group, considera atractivo de estos programas aspectos como la polémica, las coreografías y la competencia que se presentan en estos espacios televisivos.

Según las docentes con las que se conversó, la competencia y los chismes son rasgos que se evidencian en la vida cotidiana de ellos. Para el psicólogo Rodolfo Rojas, esto se debe a que los menores de edad toman como cierto todo aquello que se presenta en la televisión; los niños de estas edades se encuentran aún en formación de su sentido crítico, por lo que su capacidad de discernimiento no está desarrollada, esto provoca que se tome como referencia o modelo todas las situaciones que se presentan a través de la pantalla y que se piense que como aparece en la televisión, así debe ser.

Nancy Mosquera, una madre de familia cuya hija tiene como programa favorito Baila la noche, asegura que su niña ha desarrollado cierto lenguaje y actitudes que no son propias de un niño, sino más bien de un adulto. Como anécdota comenta que la menor tiene constantes discusiones con una compañera de clases debido a que ambas se sienten atraídas hacia el mismo niño. Esto, según Mosquera, se da debido a que en Baila la noche se enseña constantemente peleas entre participantes por la atención de concursantes del sexo opuesto. De igual manera, esta madre de familia manifestó que la pequeña es una fiel televidente a este programa, y que a diario es ella quien está atenta a la hora de inicio del programa, el mismo que lo ve bajo la supervisión de un adulto, su abuela.

Por otro lado, Eva Paladines, quien es también madre de familia, asegura no estar de acuerdo con la transmisión de este tipo de programas, ya que concuerda con que su hija y sobrina aprenden actitudes de estos. En su caso comenta, que ambas niñas se ven muy interesadas en la forma sexy de vestir que se muestra, y que nota que ambas menores intentan imitar este tipo de vestuario, aun siendo muy pequeñas.

Pero, ¿Por qué este tipo de programación que tienen como característica en común ser del generó televisivo reality show, ha tenido tanta acogida por parte de los niños? Rojas divide esto en dos aspectos; el primero: una incitación al morbo, a que se muestre como interesante poder conocer aspectos de la vida de los otros y poder hacerlo público; lo que a la larga, según él, crea cierta insensibilidad y falta de empatía hacia determinadas situaciones de dificultad que pueda enfrentar otras personas, ya que al estar expuestos y exhibir de manera constante sentimientos como dolor, angustia o pelea, los niños tomarán esto como normal y cotidiano, lo que provocará a largo plazo, una falta de asombro hacia situaciones similares. Y el segundo: Un precoz interés hacia la sexualidad, a su criterio los menores se sienten

atraídos a los bailes sensuales que estos programas presentan, así como también al uso de prendas cortas. Esto asegura él, ha llevado a un adelantado gusto por lo sexual.

Es por ello, que para el Psicólogo Rojas, es de vital importancia la presencia de los padres en este proceso; él ratifica el hecho de que la responsabilidad es principalmente de los progenitores, ya que estos deben instruir, normar y aconsejar las razones por las que no todo lo que muestren estos shows televisivos, debe ser propio de imitar. Es importante recordar, que durante estas edades los niños tomarán como real todo aquello que la televisión le muestre y la percepción que posean del mundo estará determinada por los contenidos que el medio proporcione, en palabras textuales del experto: “A esta edad se forma el lente con el que se mirará el mundo en el futuro”; por lo tanto, la presencia de los padres es fundamental para establecer criterios de formación en el menor.

Por su lado, para el Ab. Aquiles Rigaíl, esta responsabilidad es también de los medios, ya que el Estado establece deberes que los medios de comunicación deben cumplir en cuanto al contenido que presenten en su programación, los mismos que independientemente de su horario, deben de promulgar un aprendizaje hacia los televidentes. Rigaíl manifiesta que existen sanciones específicas si esto no llegase a cumplirse; como la sanción, una amonestación e incluso sacar del aire al programa o al medio. Por lo que sugiere un control de los medios de manera interna; la autocrítica y la inspección propia la considera fundamental.

CAPITULO 5

5.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.1. COCLUSIONES

A partir de la siguiente investigación se logra concluir lo siguiente:

1. Los programas de televisión más vistos por el público infantil de edades de 8-11 años de nivel socio-económico medio y bajo de la ciudad de Guayaquil, no son espacios diseñados para ellos. Es decir; no son programas que fueron estructurados para el consumo de niños, sino para el público adulto; por lo tanto, el lenguaje, contenido, vestuario y demás elementos propios del espectáculo televisivo no son pertinentes para el uso de menores. Estos tres programas son: Calle 7 de TC televisión, Soy el mejor, Tc televisión, y Baila la noche de Canal Uno. Este resultado fue obtenido a partir del rating del mes de mayo del 2014.
2. El análisis que se realizó a estos tres programas mostró que poseen una característica en común: pertenecen al género del reality show. Esto conlleva a que se desplieguen varias peculiaridades propias de este tipo de programas; como la muestra excesiva de conflictos, infidelidades, peleas; lo que incentiva a un interés hacia el morbo. Otro aspecto que se logró ver, fue que todos estos programas se basan en competencias; por un lado en Calle 7 se plantean retos de tipo físico, con obstáculos que ponen a prueba la capacidad corporal de cada participante; por otro lado, tanto en Soy el mejor como en Baila la noche se muestran retos relacionados al baile, y todo lo relacionado al espectáculo y el show. Se observó también que en estos espacios televisivos el uso de ropa muy corta y sensual es

propio de ellos, y se exalta mucho cierto culto al cuerpo. Es evidente que este tipo de programas no son apropiados para un público infantil, pues su contenido y lenguaje audiovisual posee excesos en cuanto a una connotación sexual y de morbo, lo que conlleva a que los infantes tengan un acercamiento adelantado hacia la sexualidad y la provocación al otro género.

Que el menor posea constante relación visual hacia escenas en las que se dan a conocer aspectos personales de las personas, y que se las muestre con un lenguaje que incita a la polémica, provocará de igual modo, que el menor tome como cierta esa realidad que se plantea y considere normal ese tipo de situaciones; lo que provocará que cuando crezca tome aquellos aspectos y desarrolle una personalidad en la que se refleje lo aprendido durante su niñez.

3. Según el focus group realizado en el presente proyecto, se logra evidenciar que estos programas generan gran influencia dentro del comportamiento de los niños. De los 90 infantes con los que se conversó, 80 manifestaron que les atraen *los chismes* que se presentan en pantalla. Se debe recordar que para los niños de estas edades todo aquello que se muestra en la televisión será tomado como real y por lo tanto influirá en la manera en la que los menores perciban el mundo. Comportamientos como la coquetería por parte de las niñas, invento de historias sobre actitudes de sus compañeros y competencias por cosas materiales; han sido notados por sus maestras y madres de familia. Lo que puede corroborar la conclusión de que los niños imitan muchos de los comportamientos que se muestran en los programas de televisión y los trasladan a su entorno inmediato, como la escuela y el hogar.

A partir de este proyecto se logra comprobar que la falta de programación infantil, sí influye en los hábitos de consumo de los niños. Se pretendía conocer cómo se veían influenciados los hábitos de consumo de los niños; para ello era necesario descubrir cuáles eran estos hábitos; por lo que se logró encontrar que la actividad a la que más tiempo dedican los niños es a la de ver televisión; a partir de ello se debió buscar qué era lo que veían los niños en televisión; ya que como se planteó en el problema no existen mayor cantidad de programas infantiles. Se determinó que los espacios televisivos que más ven son Calle 7, Soy el mejor y Baila la noche. Ahora era importante analizar qué características tenían estos programas, por qué los niños los veían tanto.

Durante el focus group, se conoció que lo que más le gusta a los niños de estos programas eran las competencias, los chismes, las infidelidades, las polémicas y los bailes sensuales. Esas son las razones por las que les gustan dichos programas.

Bajo este aspecto se concluye que los hábitos de consumo de los niños sí se ven influenciados. Los niños ven en la televisión una realidad en la que imitan ciertos aspectos, como se revisó en el marco teórico y en las entrevistas a profundidad; todo lo que ven en televisión lo toman como real y por lo tanto lo imitan; es decir, que el chisme, la polémica y demás aspectos se trasladan a su vida cotidiana; esto hará que los niños al ver televisión ya vean aspectos con los que se sienten identificados; es decir, ya no ven en el este medio un modelo a seguir, sino más bien; el reflejo de su propia realidad.

Por ello, cuando se intenta brindarles una programación infantil con tinte educativo; ellos no la aceptan, ya que no es algo con lo que se sientan relacionados y o cercado a ellos; ya que se ha saturado la mente de ellos con mensajes que incitan a otro tipo de consumo que no es educativo

Es por ello que el estado y los organismos internacionales defienden la creación de espacios y de medios que logren brindar al público infantil contenidos que fomenten su desarrollo intelectual. En Ecuador, durante los últimos años se ha disminuido el nivel de producción propia de programas infantiles educativos, si bien se está trabajando en ello, es importante que exista un mayor número de propuestas e interés por parte de las cadenas y productoras televisivas hacia la creación de mejores espacios.

Concienciar de la importancia de la niñez dentro de la sociedad, y también ser claros de la influencia que este medio posee, debería ser responsabilidad de todos. La niñez representa los ladrillos con los que se edificará posteriormente el entorno humano; por lo tanto se debe tratar de incluir principios, valores y un aprendizaje óptimo a través de los medios.

5.1.2. RECOMENDACIONES

1. A las instituciones públicas como el Ministerio de Educación y la SUPERCOM, se debería tener un mayor control en los horarios y contenidos en los que se transmiten programas que pueden ser de fácil acceso para el público infantil. Se ha realizado mucho en materia de la información de noticieros, de opiniones vertidas; pero se ha avanzado poco en plantear reglamentos que fomenten un mayor respeto a la sintonía infantil. Por lo que se recomienda no excluir a los niños en las próximas disposiciones que se propongan.
2. Los productores, guionistas, directivos de canales de televisión, y demás personal involucrado, deberían tomar mayor conciencia y responsabilidad del gran papel que desempeña la televisión en la sociedad. No pensar únicamente en la parte lucrativa y comercial, sino también en el aspecto social, se debería tratar de fomentar a través de los medios una cultura de respeto hacia los contenidos, de esta

manera será el propio público quien también demande un tipo de programación distinta, que le proporcione crecimiento intelectual.

3. A los padres de familia; no se puede delegar esta responsabilidad al estado, a los medios, a las instituciones; es deber de ellos instruir, orientar y explicar a los niños lo que no es correcto consumir a su edad. El orden viene desde el hogar, no permitir que los niños observen televisión sin la supervisión de un adulto que se preocupe por advertir y dar a conocer las razones por las que se debe tener mayor cuidado en la programación.

La niñez, el futuro, por lo tanto no se puede descuidar esta área que es tan vulnerable y que necesita de total atención. Mayor conciencia social es lo que se requiere, tanto por parte de los medios, como de los padres e instituciones públicas; los niños no pueden continuar consumiendo una programación que no les brinda crecimiento cognitivo, es importante que existan más iniciativas para se difunda la importancia de cambiar los parámetros de la televisión ecuatoriana. Esto es lo que pretende este proyecto, que los futuros productores audiovisuales conozcan los efectos que una televisión que no está bien estructurada puede ocasionar. Se debe ser parte de un cambio generacional que logre implementar la tecnología y las nuevas técnicas de la educación para beneficio y desarrollo cultural, que no se mal use todos aquellos avances en las áreas técnicas, por la falta de desarrollo de un pensamiento que no logre ver más allá de los meros intereses comerciales y de masa.

Esta debe ser una era de cambios en la televisión ecuatoriana, debe ser una televisión más crítica, mejor pensada, mejor diseñada y mejor orientada. Todo hacia lo que conduzca una cultura de avance, y no de retroceso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Carrizo, L. (s.f) *“Interdisciplinariedad y valores”*

Código de la niñez y adolescencia del Ecuador. (3 de Enero del 2003).

<http://remq.edu.ec/colegiosremq/quitumbe/images/descargas/2013/a13.pdf>

Cohen-Seat, H. (1980) *“La influencia del cine y la televisión”*

Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación (2005).

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2926137>

Garcia Clancini, N. (1997). *“Consumidores y ciudadanos”*.

Gobierno de España. Ministerio de Educación y ciencia. (s.f).

http://tv_mav.cnice.mec.es/Optativas/Publicidad_television/Profesor/contenidos_05.html

Hernández, P. (2008) *“Infancia y medios de comunicación”*

<http://www.savethechildren.es/docs/Ficheros/359/infancia%20y%20medios%20castellano.pdf>

Martin Barbero, J. (1991). *“De los medios a las mediciones”*.

Matlin & Foley. (s.f). *Sensación y percepción*.

<http://es.scribd.com/doc/106600402/Matlin-Foley-SensacionPercepcion-capitulo-1>

McLuchan, M. (1996). *“Comprender los medios de comunicación”*.

Ministerio de educación nacional, República de Colombia. (s.f). 10 mandamientos para hacer televisión educativa. (Rincón, O.)

<http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-74983.html>

Odiseo, Revista electrónica de pedagogía (2008). Influencia de la televisión en los niños
<http://www.odiseo.com.mx/articulos/influencia-television-conducta-ninos#sthash.Nmamjd0E.dpuf>

Psychiatric times (2013)
<http://www.psychiatrictimes.com/articles/tv-violence-and-brainmapping-children>

Sartori, G. (1999). *"Homo Videns La sociedad teledirigida"*.

Secretaria general de comunicación del Ecuador, Ley orgánica de comunicación (2013)
<http://www.comunicacion.gob.ec>

Van Dijk, T. (1999). *"Análisis del discurso social y político"*.

Van Dijk, T. (s.f). *"El análisis crítico del discurso"*.

ANEXOS

ENTREVISTA PSICÓLOGO

Fernando Rojas: Docente de Ucsg Facultad de Filosofía, la entrevista fue realizada el 13 de Agosto

PREGUNTA: ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS CONDUCTUALES DE LOS NIÑOS ENTRE 8-11 AÑOS?

RESPUESTA: Creo que es importante recalcar que los niños entre 8 a 11 años, están en una etapa crucial en cuanto a tomar significantes de la sociedad, de la familia pero también de la sociedad amplia y obviamente de instituciones como la escuela, para ir conformando lo que viene a ser su personalidad, su forma individual, su característica de uno; esta condición en la cual toman estos significantes como ejemplos, los hace muy vulnerables en esta edad hasta bien entrada a la adolescencia incluso, de poder ser susceptibles de una serie influencias tanto buenas como malas

PREGUNTA: ¿CÓMO SE DA ESE PROCESO COGNITIVO PARA PODER APRENDER DE CIERTAS COSAS; ES DECIR, EXISTE UN DISCERNIMIENTO O TOMAN LO QUE LES ENSEÑAN SIN SABER SI ES BUENO O ES MALO?

RESPUESTA: Bueno, una de las cosas principales que hay que recalcar siempre, es de que nunca hay que quitarles la responsabilidad a los sujetos; sin embargo es cierto que los filtros a esa edad, son muy endebles, están en formación lo que hace que justamente puedan ser tomadas cosas de la cultura por el simple hecho de que están en la cultura, no es un proceso consiente, sino más bien que si ellos ven algo que están haciendo los compañeros, es probable que ellos lo hagan también , muchas veces sin cuestionarse el por qué; esto se ha conceptualizado como las prácticas o los hábitos también. En esto términos, los niños son muchos más sensibles a esto, dentro de las características humanas en torno a las relaciones de masa, está la de seguir a un líder o seguir lo que hace la mayoría; los niños, estos mecanismo que lo pueden hacer en un momento dado críticos y decir

en su momento no, están aún en formación y hace mucho más difícil que puedan decir esto no en un momento determinado.

PREGUNTA: Y¿ ESTO INFLUYE DIRECTAMENTE EN LA MANERA EN LA PERCIBEN SU ENTORNO?

RESPUESTA: Básicamente, a estas edades se está formando el lente con el que vamos a mirar todo después; entonces obviamente si este lente tiene más o menos más u otros elementos es lo que se pone juego una sociedad cuando tenemos elementos buenos o malos.

PREGUNTA: EN CUANTO A LA TELEVISION, ¿CUÁL ES EL APEGO QUE UN NIÑO PUEDE SENTIR HACIA LA TELEVISION?

RESPUESTA: Hay que recordad que a esta edad, lo que se ve en la televisión, por estar ahí, se lo considera como real. O sea, esa es una característica que dificulta y complica ciertos procesos que son muy repudiados en la sociedad, digamos por ejemplos como la violencia. A diferencia de un adulto en que tiene la malicia de dudar de ciertas cosas, un niño tiene la tendencia de creer que todo lo que se expone es real, o es verdadero o pasa. Es por ello, que justamente toda la ola de avisos: “No haga por favor esto en casa” es básicamente porque los niños si lo ven en la televisión tienden a hacerlo porque consideran que va a pasar como en el video.

PREGUNTA: SEGÚN EL RATING LOS PROGRAMAS MÁS VISTO POR LOS NIÑOS FUENON CALLE 7, SOY EL MEJOR Y BAILA LA NOCHE. LA CARACTERÍSTICA QUE ESTOS PROGRAMAS TIENEN EN COMÚN, PROGRAMAS ES QUE SON UN REALITIY SHOW. ¿POR QUÉ CREE UD. QUE SE DA ESTA PREFENCIA DE LOS NIÑOS HACIA LOS REALITYS SHOW? YA QUE LOS TRES TIENEN COMPETENCIAS, ESPECTÁCULO, SHOW. ¿POR QUÉ CREE ESTAN TENDIENDO A ESTE TIPO DE PREFERENCIAS TELEVISIVAS COMO LOS REALITYS SHOW?

RESPUESTA: Bueno yo quisiera hablar y pensaría además como una primera hipótesis, que hay dos tendencias muy fuertes. Por un lado estaría el tema de los mass medias, entendido esto como todo este tinte amarillista y rojo, pero también el tema de la sociedad de exponer cada día las cosas más íntimas. Me explico un poco, este tema de exponer los temas en público, que es básicamente el concepto de reality show, de que siempre hay una persona que hay observando, tanto así que hay siempre una cámara ubicada en los lugares más íntimos. La conjunción de estos dos elementos podría ser lo que explique un poco la razón por la que estos niños estén volcados no a programas para niños como dragon ball z; sino que más bien estén volcados a programas de adultos.

PREGUNTA: Y ESTOS PROGRAMAS DE ADULTOS COMO PUEDEN INFLUIR EN ELLOS. PORQUE ESTOS PROGRAMAS NO SON PROGRAMAS QUE FUERON DISEÑADOS PARA NIÑOS, SIN EMBARGO ELLOS LO ESTAN CONSUMIENDO. ¿CÓMO CREE UD. QUE ESTO PUEDE INFLUIR EN SU CONDUCTA?

RESPUESTA: Dentro de lo que mencionaba como medios amarillistas, está también el hecho de una sexualidad mal entendida y mal expresada. Esto también tiene sus repercusiones en los niños. Decíamos antes que es muy posible que esta influencia esté marcando un ingreso adelantado de la sexualidad a los niños. Estos programas en los que se remarca ropa muy corta, exponer además los problemas, también los cuerpos de una manera no explicada a unos sujetos que no están preparados para ellos, no va a tener los mejores resultados en la población de dicha edad.

PREGUNTA: CONVERSAMOS CON ALGUNOS NIÑOS, Y EL 100% COMENTABA QUE LOS QUE MÁS LE GUSTABA DE ESTOS PROGRAMAS ERAN LOS CHISMES, LA COMPETENCIA Y QUE SE MUESTREN IFIDELIDADES Y LA POLÉMICA. ¿QUÉ ES LO QUE ENCUENTRAN ATRACTIVO POR EJEMPLO EN LA COMPETENCIA? ¿SERÁ QUE SE ENCUENTRAN IDENTIFICADOS?

RESPUESTA: Yo separaría un poco. El tema de la competencia en todos lados hay, el que gana el que pierde, vamos a ver quién corre más, si te alcanzo, si te cojo, si te puedo esquivar, si gano o pierdo el partido. Esto bien llevado es parte del crecimiento que llevamos todo. Pero la otra parte, el tema del chisme, del morbo, de conocer cosa íntimas del otro, de comentarlas y hacerlos públicas, es una distinción que más vale estaría remarcado por lo que dedicamos antes; si las mass medias vienen trabajando todo un movimiento planificado o no, pero todo un movimiento en relación de hacer y exponer lo más íntimo de las personas, las más de las veces las miserias de las personas. Pues esto, puesto en la televisión, tomado pro los niños; como decíamos si un niños cree que todo lo que aparece en la tv es real, la tendencia es creer que el mundo es así, y por ende lo hago así. Entonces de la mano del poco control parental, las redes sociales a la mano, y sin control; pueden producir que todo lo que veo que en la televisión, más un goce descarnado por el sufrimiento del otro; lo vivo también en la institución educativa cuando me entero que a tal niña le pasó cierta cosa. De tal manera que esto no se vuelve a un tema de tolerancia o de solidaridad; sino todo lo contrario, se vuelve un tema de beneficiarse de alguna manera del sufrimiento ajeno.

PREGUNTA: ES DECIR QUE SÍ VA A TENDER A IMITAR ESTOS COMPARTIMIENTOS QUE VE EN LA TELE Y SE VERÁN REFLEJADOS EN LA VIDA COTIDIANA DE ELLOS

RESPUESTA: Claro porque lo entienden como la realidad y los ven como un hacer

PREGUNTA: AHORA, LA PARTE DEL CONTROL EN EL HOGAR; UD. CÓMO CREE QUE DEBA DE DARSE, PROHIBIÉNDOLO O PERMITIÉNDOLO BAJO LA SUPERVISIÓN. ¿CUÁL ES EL PROCESO MÁS ADECUADO PARA EL CONTROL DENTRO DEL HOGAR?

RESPUESTA: Más vales las dos versiones podrían ser positivos, habría que ver el estilo de cada padre y cómo él implanta la autoridad en el hogar. El asunto es justamente que hay una suerte de los padres de retraimiento de

esta función, de esta función de normar, de reglar, más sus comportamientos que tiene como efecto el proceso de formación de un niño. El tema es que, tanto por ejemplo como la prohibición, indicándole: “esto no es para ti”, e explicar las razones por que; como también en algún momento: “bueno tu insisten en esto, veamos juntos este programa y reflexionemos”, las dos son presencia de una dirección en el hogar, como debería ser. El problema es cuando no lo hay, no hay una reflexión acerca de; sino simplemente una desaparición. Si uno de estos programas de mayor rating tiene un horario pasado las 10 de la noche, y este rating está basado en la toma de miles y proyecta la tendencia de una población; estamos entonces hablando de miles de niños que ven un programa no apto para sus edades, en un horario de 10 de las noches; que más allá del hecho de que deberían estar durmiendo, lo que más podríamos pensar es que están los padres en casa. Entonces la pregunta sería: ¿qué hacen esos padres en relación a una reflexión o una prohibición con respecto a estos programas?

ENTREVISTA A ABOGADO

AQUILES RIGAÍL: Asesor jurídico de UCSG. La entrevista fue realizada el 15 de Agosto

PREGUNTA: DESDE EL AMBITO LEGAL, ¿CUÁLES SON LA LEYES QUE EN CUANTO A PROGRAMACIÓN QUE LOS MEDIOS DEBEN DAR A LOS NIÑOS?

RESPUESTA: En estos últimos tiempos existe para mi ver, un exceso de libertinaje, en cuanto a ciertos programas de tv que piden afectar la moral de los niños, sobre todo cuando aún no están en su madurez total, por es el estado ecuatoriano, debería preocuparse, de hecho se preocupa para que haya los contenidos necesariamente adecuados para los niños para que lo puedan disfrutar y al mismo tiempo no contaminar su mentes de cuestiones que puedan afectarle futuramente para sus vidas y su psicología .

PREGUNTA: ¿POR QUÉ UD. CREE ES IMPORTANTE QUE EL ESTADO VELE POR ESTE TIPO LEYES?

RESPUESTA: los niños son el futuro de la patria, y si uno al futuro de la patria empieza a dañarlo desde sus años primeros, entonces va a dañar también a la patria, en cuanto a sus destinos finales. Por eso, yo sostengo firmemente, con mucha frontalidad y sin temor a que ninguna crítica me afecte, a que el estado debe intervenir, ahí sí, no para vetar comunicación, ni libre opinión, ni libre pensamiento, sino vetar los programas que tengan contenidos que puedan afectar a la salud mental e intelectual de los niños, para que no se tergiversen los pensamientos. Creo que debe haber controles, y si los controles se dan deben también implementarse algún tipo de sanciones.

PREGUNTA: ¿QUÉ TIPO DE SANCIONES PODRIA UN MEDIO RECIBIR EN CASO DE QUE NO FOMENTE UNA TELEVISIÓN EDUCATIVA HACIA LOS NIÑOS, SINO QUE MÁS BIEN PROMUEVA OTRO TIPO DE CONTENIDO Y LENGUAJES?

RESPUESTA: Hay sanciones concretas, la primera es un tipo de amonestación, que debe tener según la gravedad de la situación creada, puede obtener una amonestación leve o una amonestación grave con prevención de que puede agravarse la sanción si se repite aquel hecho negativo para la salud mental e intelectual de los niños. Esa sería la primera sanción, la amonestación, que puede tener varias gradaciones.

La segunda, ya tendría que ser una multa, que también sería cuantificable según el caso que se esté revisando. Y la última instancia podría haber una suspensión, que podría ser del programa mismo, y también una suspensión a la salud al aire del medio de comunicación, todo eso está estrictamente regulado para evitar injusticias y abusos del poder, para evitar alguna retaliación excesiva

PREGUNTA: FINALMENTE, COMO AB. ¿DARÍA ALGÚN TIPO DE RECOMENDACIÓN A LOS MEDIOS PARA QUE CUMPLAN CON LO QUE EL ESTADO PLANTEA?

RESPUESTA: Por supuesto, la primera recomendación que yo daría fuera que los ejecutivos, los encargados de la producción, deleguen, alguna persona para que supervisen ciertos contenidos de algunos programas que sean conocidos que afecten a la niñez en su formación. Debería ser esa una obligación del canal, de que haya supervisiones propias de manera interna, para establecer recomendaciones dentro del medio.

ENTREVISTA MADRE1

NANCY MOSQUERA: Madre de familia de 50, es mamá de una de las niñas que participó en Focus group. La entrevista se realizó el 15 de Agosto

PREGUNTA: COMO MADRE DE FAMILIA, ¿QUE CREE QUE LOS NIÑOS ENCUENTREN ATRACTIVO EN PROGRAMAS COMO CALLE 7, BAILA LA NOCHE Y SOY EL MEJOR?

RESPUESTA: Porque les gusta el chisme, la pelea, los conflictos, eso les llama mucho la atención

PREGUNTA: COMO MADRE DE FAMILIA, ¿CÓMO CONSIDERA ESTE TIPO DE PROGRAMAS, CREE QUE SON APTOS O NO PARA LOS NIÑOS?

RESPUESTA: Yo creo que no son aptos para niños, porque los niños tienden a imitar y se reflejan en la vida cotidiana, con sus compañeritos en la escuela, con sus primitos, con sus hermanitos, que ya tienen enamorados, cuando ellos aún no están en edad de tener enamorados.

PREGUNTA: CUENTEME UN POCO LA EXPERIENCIA CON SU HIJA. ¿ELLA VE ALGUNO DE ESTOS PROGRAMAS Y QUÉ ES LO QUE LE GUSTA?

RESPUESTA: Ella ve, Combate y Baila la noche. Le encantan los conflictos que se dan ahí, las peleas por los enamorados dos de las participantes. Ella comienza a hablar como adultos, dice que le gusta tal participante porque tiene mucho musculo, comienzan a desarrollar un lenguaje muy de adulto. Ella dice que ya tiene enamorado, que le gusta tal niño de su grado, y de que se pelea con una niña de su grado. Por eso sí creo que se ve reflejado en la vida cotidiana.

PREGUNTA: ¿CÓMO ES EL COMPORTAMIENTO DE ROMINA, ELLA ES FIEL TELEVIDENTE, ESTÁ ATENTA A LA HORA?

RESPUESTA: Ella se prepara para verlo y nadie le puede cambiar, porque se pone a llorar, hace berrinche “que no me cambies, que nunca que dejas ver lo que a mí me gusta”

PREGUNTA: ¿LO VE SOLA O ACOMPAÑADA?

RESPUESTA: Acompañada, con un adulto

PREGUNTA: ¿CREE QUE LA TELEVISION EN ECUADOR EDUCA O SOLO ENTRETIENE?

RESPUESTA: solo entretienen, no educan para nada. La programación educativa es un 0.01%

PREGUNTA: COMO MADRE, DA ALGUNA SUGERENCIA O ALGUNA OBSERVACION

Bueno en la televisión ecuatoriana deben crearse espacios educativos realmente, programas que eduquen a la vez que entretengan al niño, que hagan al programa llamativo para que el niño vea y vaya aprendiendo cosas

positivas. A los padres les recomiendo mayor control, debemos tomar mayor control y explicarles por qué eso no es apto para ellos

ENTREVISTA MADRE 2

EVA PALADINES: Madre de familia de 48, es mamá de una de las niñas que participó en Focus group. La entrevista se realizó el 15 de Agosto

PREGUNTA: CÓMO ES LA EXPERIENCIA CON SUS HIJOS, ¿CUÁLES SON LOS PROGRAMAS QUE MÁS VEN?

RESPUESTA: bueno ellos ven baila la noche y combate, calle 7

PREGUNTA: ¿QUE ES LO QUE LES GUSTA?

RESPUESTA: El baile, pero a veces unos bailes muy sexys y no comparto eso

PREGUNTA: PERO ¿QUE TE DICEN TUS HIJOS QUE LES GUSTA DE ESO? PORQUE HAY MUCHAS PELEAS

RESPUESTA: Sí hay mucha pelea, y les llama mucha la atención. No les molesta

PREGUNTAS: TU COMO MADRE ¿COMO VES ESO?

RESPUESTA: Que está mal, eso no debería de pasar

PREGUNTA: ¿CREES QUE LO QUE VEN EL TELEVISIÓN AFECTA EN SU VIDA COTIDIANA, ELLOS LO INTENTAN IMITAR?

RESPUESTA: Sí muchas veces, de pronto en el vestir, se ponen ropa muy... o sea deportiva pero a la vez muy sexy, no puede pasar

PREGUNTA: ¿TU CREES QUE EN ECUADOR LOS MEDIOS DE TELEVISION EDUAN O ENTRETENEN?

RESPUESTA: Ni educan ni entretienen

PREGUNTA: ¿SU HIJA VE LA TELEVISION SOLA O ACOMPAÑADA?

RESPUESTA: Ehhh... Con las primas o sola

PREGUNTA: ¿NO CON UN ADULTO?

RESPUESTA: No, yo no tengo tiempo

PREGUNTA: ¿COMO ES EL COMPORTAMIENTO DE SU HIJA, ELLA ES FIEL TELEVIDENTE, ESTÁ ATENTA A LA HORA?

RESPUESTA: Cuando ya es el horario de baila la noche, está atenta a la hora

PREGUNTA: COMO MADRE, ¿CUÁLES SON LAS OBSERVACIONES O SUGERENCIAS?

El horario, mejor dicho no debería haber ni horario para este tipo de programas. Ni así sea a las 10 de la noche