



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA, CIENCIA Y LETRAS
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

TÍTULO

Factores que inciden en la escasa producción de contenidos educativos televisivos para infantes de 4 a 6 años en Guayaquil. Diseño de un programa piloto de televisión.

Trabajo final de graduación previo a la obtención del título de Licenciadas en Comunicación Social

AUTORAS:

**García Aveiga, Melanie Amarilis
Marchán Martillo, María del Carmen**

TUTOR:

Cortez Galecio, Cristian Arnulfo, Msg.

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFIA, CIENCIA Y LETRAS
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Melanie Amarilis García Aveiga y María del Carmen Marchán Martillo**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciadas en Comunicación Social**.

TUTOR (A)

Cortez Galecio, Cristian Arnulfo, Msg.

REVISOR(ES)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Luna Mejía, Efraín, Msg.

Guayaquil, a los 19 días del mes de marzo del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFIA, CIENCIA Y LETRAS
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Melanie Amarilis García Aveiga y María del Carmen Marchán Martillo**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Factores que inciden en la escasa producción de contenidos educativos televisivos para infantes de 4 a 6 años en Guayaquil. Diseño de un programa piloto de televisión** previa a la obtención del Título **de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, 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 19 días del mes de marzo del año 2015

LAS AUTORAS

LAS AUTORAS

Melanie Amarilis García Aveiga

María del Carmen Marchan



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFIA, CIENCIA Y LETRAS
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Melanie Amarilis García Aveiga y María del Carmen Marchán Martillo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: Titulación **Factores que inciden en la escasa producción de contenidos educativos televisivos para infantes de 4 a 6 años en Guayaquil. Diseño de un programa piloto de televisión**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 19 días del mes de marzo del año 2015

LAS AUTORAS

LAS AUTORAS

Melanie Amarilis García Aveiga

María del Carmen Marchan

AGRADECIMIENTO

A los profesores que marcaron nuestra vida como estudiantes impartiendo sus conocimientos y dejando grandes enseñanzas. Y a todos aquellos que aportaron para la realización de nuestro programa piloto.

Melanie y María del Carmen

DEDICATORIA

El fruto de este trabajo es dedicado a Dios por guiarnos y por darnos la fortaleza necesaria para culminar esta etapa de nuestra vida. A nuestros padres por depositar tanta confianza y fe en nosotras, por su gran amor y por todos esos pequeños y grandes detalles que nos mantuvieron en pie. Ellos han sido nuestra inspiración para llegar a ser quienes somos hoy en día. A aquellos familiares y amigos que nos brindaron su apoyo incondicional.

Melanie y María del Carmen

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

**CRISTIAN ARNUFLO CORTEZ GALECIO
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFIA, CIENCIA Y LETRAS
CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL**

CALIFICACIÓN

Cortez Galecio, Cristian Arnulfo, Msg.

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO 1. MARCO INICIAL	3
1.1 DESCRIPCION DEL TEMA.....	3
1.2. HECHO CIENTÍFICO	3
1.3. MARCO INSTITUCIONAL.....	3
1.4 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.5 JUSTIFICACIÓN	3
1.6 OBJETIVO GENERAL	4
1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO	6
2.1 MARCO REFERENCIAL.....	6
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	7
2.2.1 COMUNICACIÓN	7
2.2.2 EDUCACIÓN	9
2.2.3 COMUNICACIÓN EDUCATIVA	11
2.2.4 TELEVISIÓN.....	14
2.2.5 TELEVISIÓN EDUCATIVA	15
2.2.6 TELEVISIÓN EDUCATIVA A NIVEL MUNDIAL	18
2.2.7 NUEVAS PERSPECTIVAS DE LA TELEVISIÓN EDUCATIVA EN AMÉRICA LATINA.....	21
2.3 MARCO LEGAL	25
2.4 COBERTURA Y LOCALIZACIÓN	29
2.5 ACTIVIDADES Y TAREAS	29

CAPÍTULO 3. MARCO METODOLÓGICO.....	30
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	30
3.2 FORMULACIÓN DE PREMISAS.....	30
3.3 DISEÑO DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	31
3.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	31
3.5 PROCEDIMIENTOS UTILIZADOS	32
CAPITULO 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	35
4.1 FICHA DE OBSERVACIÓN DE PROGRAMAS MÁS VISTOS	35
4.2 PARRILLAS DE PROGRAMACIÓN.	39
4.3 ENTREVISTAS A DIRECTORES Y PRODUCTORES.	43
4.3.1 ENTREVISTA PEDRO PEÑAFIEL – PRODUCTOR “CALLE 7”	43
4.3.2 ENTREVISTA FABRIZIO AVEIGA – DIRECTOR “ESTAS SECRETARIAS”	43
4.3.3 ENTREVISTA MARCOS ESPÍN – DIRECTOR “ASÍ PASA”	44
4.3.4 ENTREVISTA LUIS AGUIRRE – DIRECTOR “COMBO AMARILLO”.....	45
4.4. ENTREVISTAS A DOCENTES	46
4.5 GRUPO FOCAL	47
4.5.1 NIÑOS DEL JARDÍN DE PEDAGOGÍA DE LA UCSG – 1° BÁSICA	47
4.5.2 GRUPO FOCAL DE PADRES DE FAMILIA.....	48
CAPITULO 5. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	49
6.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	49
6.2. OBJETIVOS.....	49
6.3 RECURSOS HUMANOS, TÉCNICOS Y TECNOLÓGICOS.....	50
6.4. PRESUPUESTO	51
6.5. POBLACIÓN BENEFICIARIA.....	52

6.6. RESULTADOS ESPERADOS	52
6.7. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN	53
6.8. RESULTADOS OBTENIDOS Y EVALUACIÓN DE IMPACTO	54
CAPITULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
6.1. CONCLUSIONES.....	55
6.2. RECOMENDACIONES	58
BIBLIOGRAFIA.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Actividades y tareas. Fuente: Las Autoras	29
Tabla 2 Modelo Ficha de observación: Análisis de los programas. Fuente: Las Autoras	34
Tabla 3 Recursos Humanos, Técnicos y Tecnológicos. Fuente: Las Autoras	50
Tabla 4 Equipos de producción. Fuente: Las Autoras	51
Tabla 5 Equipo Humano. Fuente: Las Autoras	51
Tabla 6 Presupuesto total. Fuente: Las Autoras	52
Tabla 7 Gastos de la Grabación del Programa Piloto. Fuente: Las Autoras.....	52
Tabla 8 Plan de grabación del programa piloto. Fuente: Las Autoras	53
Tabla 9 Resultados finales de entrevistas a Directores. Fuente: Las Autoras	56

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Modelo de desarrollo social a través de procesos de diálogo y aprendizaje en América Latina. Fuente Silva, Torres, 2013	24
Gráfico 2 Rating programas más vistos. Fuente: IBOPE.....	35
Gráfico 3 Share programas más vistos. Fuente: IBOPE	36
Gráfico 4 Porcentaje Programación Tc. Fuente: Las Autoras.....	40
Gráfico 5 Porcentaje Programación Ecuavisa. Fuente: Las Autoras	41
Gráfico 6 Porcentaje Programación Ecuador Tv. Fuente: Las Autoras	42

RESUMEN

En el presente trabajo de titulación se identificó los principales factores que inciden en la escasa producción de contenidos educativos infantiles. ¿Es más importante lo que reflejan los resultados del rating, que el contenido que se está ofreciendo al televidente? Esta y otras interrogantes serán resueltas a lo largo del estudio.

La metodología empleada es de enfoque cualitativo y se puso en práctica varias técnicas de investigación. Se realizó grupos focales a niños y padres de familia, entrevistas a profundidad a directores y productores de canales de televisión, observación cualitativa de los programas con más puntos de rating y se ejecutó un monitoreo a parrillas de programación de los medios.

Los beneficiarios de esta investigación son los niños de 4 a 6 años de edad porque como parte final del trabajo se presenta el diseño de un programa piloto dirigido a niños de estas edades. El programa es una alternativa didáctica y entretenida para el aprendizaje de los infantes. Es importante mencionar que se escogió a esta parte de la población porque los medios televisivos comerciales tienen descuidado al público infantil.

Palabras Claves: Comunicación, Educación, Comunicación educativa, Televisión Educativa, Programas Infantiles, Parrilla de programación.

INTRODUCCIÓN

La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil adaptándose a la nueva reforma de Ley de Educación Superior del Ecuador, implementó nuevas opciones para que los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la facultad de Filosofía obtengan la licenciatura, mediante el proceso de la Unidad de Titulación Especial (UTE). Existen tres opciones para la realización del trabajo de titulación que a continuación se detallan: Proyecto de Investigación, Proyecto Integrador y Ensayo, en caso de literatura. La opción que se escogió para el presente trabajo es el Proyecto integrador de carácter teórico-práctico.

El tema del presente trabajo fue escogido por la necesidad de descubrir y conocer las principales razones del por qué los medios de comunicación tienen una escasa producción de programas educativos infantiles. La poca presencia de este tipo de programación encarece a la televisión local y a sus televidentes. Con esta investigación se busca promover el interés de los medios audiovisuales presentando un programa piloto que responde a las necesidades de los consumidores.

La televisión en el Ecuador tuvo sus inicios en el año 1960. La programación educativa infantil en nuestro país fue marcada en el año 1996, con el programa de televisión Arcandina, un espacio que se dedicaba a promover valores ambientales y ciudadanos en los niños y niñas del Ecuador y el continente. La UNESCO y la *National Wild Life Federation* han reconocido a Arcandina como la experiencia más innovadora en educación ambiental de la región. Este programa se transmitió en varios países, entre ellos: Estados Unidos, Puerto Rico, Colombia, Honduras y Venezuela.

Esta investigación está dividida en seis capítulos: el primer capítulo es el marco inicial, aquí se expone una breve introducción del tema seleccionado. También se plantea el hecho científico, el problema de investigación, los objetivos y justificación de la temática elegida.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico, donde se mostrará toda la fundamentación teórica en la que se sustenta la investigación. Además, se plantean los antecedentes de investigaciones anteriormente realizadas por universidades y revistas científicas. Es importante mencionar que en este apartado también se redactará un Marco Legal, donde se explicará el contexto de las leyes enfocadas en la educación.

El capítulo tres está dedicado a la metodología empleada en el presente trabajo. Aquí se definirá detalladamente el tipo de investigación que corresponde el proyecto, el mismo que tiene un enfoque metodológico cualitativo. También se van a especificar cuáles fueron las técnicas de investigación y los procedimientos utilizados en el trabajo de campo.

En el cuarto capítulo se presenta el análisis de resultados obtenidos, en el cual se refleja el cumplimiento de los objetivos planteados al inicio de la investigación.

El capítulo cinco se detallará la propuesta del programa piloto educativo infantil, con sus respectivos objetivos, presupuesto, población beneficiaria, entre otros aspectos. Al final de la investigación se mostrarán las conclusiones y recomendaciones que surgieron a raíz de la realización del proyecto.

Capítulo 1

Marco Inicial

1.1. Descripción de Tema

Factores que inciden en la escasa producción de contenidos educativos televisivos para infantes de 4 a 6 años en Guayaquil. Diseño de un programa piloto de televisión

1.2. Hecho Científico

La escasa producción de contenidos educativos infantiles en las parrillas de los medios de comunicación televisivos de señal abierta y la necesidad de la realización de los programas educativos en la televisión local.

1.3. Marco Institucional

Conformación y gestión de medios públicos, privados y comunitarios.

1.4. Problema de Investigación

¿Qué factores inciden en la escasa producción de contenidos educativos infantiles en las parrillas del medio de comunicación televisivo y cuán necesario es la realización de los programas educativos en la televisión local?

1.5. Justificación

Es importante realizar un estudio en el que se determinen los factores que inciden en la baja producción de contenidos educativos televisivos porque los canales de televisión local se dedican a transmitir contenidos inclinados hacia lo que según ellos "más se vende", de esta forma dejan de lado la comunicación educativa que aporta a la formación intelectual, estética, ética y profesional de los individuos.

Se decidió realizar este estudio, porque es importante que los medios aporten contenidos para el enriquecimiento de conocimientos de los

televidentes, en especial de los más pequeños de la casa. Al observar la parrilla de programación de los medios se evidencia el poco espacio que se le da a los contenidos educativos. Por lo cual con este estudio se busca dar paso a una nueva generación de productores y producciones nacionales, con la finalidad de que se mejore la calidad de la televisión ecuatoriana.

Esta investigación arroja datos del por qué los canales locales le dan menor relevancia o espacio en la parrilla televisiva a los programas educativos. Estos tipos de proyectos son fundamentales para el proceso de aprendizaje en niños, ya que el medio realiza dos funciones a la vez; la primera es informar y la segunda es entretener, pero de manera sana.

Este estudio es relevante, porque en Guayaquil las investigaciones sobre la comunicación educativa son muy escasas. Otro factor notable es que pocos canales cuentan con espacio de programación educativa producida a nivel nacional. Sin embargo es necesario mencionar que ECTV es el único medio que ofrece este tipo de programas.

1.6. Objetivo General

Identificar cuáles son los factores que inciden en la escasa producción de contenidos educativos en la televisión local, realizando un monitoreo de las parrillas de programación de los medios televisivos, para diseñar un programa piloto audiovisual de contenido educativo infantil dirigido a niños de 4 a 6 años.

1.7. Objetivos Específicos

- Realizar un programa piloto educativo infantil dirigido a niños de 4 a 6 años, que cumpla con las necesidades educativas y formativas de esa población y al mismo tiempo sea llamativo y entretenido para los niños.
- Diagnosticar cuál es el estado actual de la televisión en el área infantil/ educativa en Guayaquil realizando monitoreo a las parrillas de programación de señal abierta.
- Señalar la importancia y necesidad de la creación de programas educativos infantiles en la parrilla de los medios de comunicación de Guayaquil realizando grupos focales y entrevistas a profundidad a televidentes y pedagogas.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1. Marco Referencial

La televisión es el medio de comunicación que tiene mayor penetración en los hogares; para las familias esto es un desafío debido a que los niños son como una esponja, modifican su conducta y actitud según lo que ven en su entorno. Las personas tienen una relación directa con este medio, es por ello que se lo considera fundamental en la formación y educación de los individuos, en especial de los niños.

La construcción de programas educativos se genera en la década de los cincuenta. En Norteamérica se encuentra el caso de la Public Broadcasting System (PBS) en los Estados Unidos, una corporación que genera producciones educativas y culturales a través de ciento ochenta canales públicos. Otra muy conocida es la Children's Televisión Workshop (CTW). Esta productora creó a Sesame Street (Barrio Sésamo), uno de los programas educativos con mayor difusión a nivel mundial.

En Europa, la cadena British Broadcasting Corporation (BBC) tiene como objetivo una formación permanente de su audiencia. Inició su programación educativa en 1977, siendo el canal pionero en numerosas producciones educativas infantiles como Words and Pictures, Tweenies o Teletubbies.

Tampoco se quedan de lado los países latinoamericanos como Colombia y Chile que tienen varios proyectos de comunicación educativa con el apoyo de varias entidades públicas. Su objetivo es lograr que por medio de sitios web se aproveche contenidos que enriquezcan conocimientos de la sociedad, que tenga mayor acercamiento de manera sencilla a programación educativa.

Ecuador también ha intentado formar al público infantil y adolescente con varios programas que se cumplieron un rol importante en la televisión,

Algunos programas se mantuvieron al aire durante meses pero con el tiempo desaparecieron de la pantalla chica. Los más destacados son: Tv Patín, Arcandina, El Rincón de los Bajitos, TikoTiko, El show de Yuly, Manzana 12 y Doctor Expertus. Pese a que han existido una cantidad de programas infantiles producidos en el país, estas son algunas de las producciones nacionales más recordadas.

2.2. Fundamentación Teórica

2.2.1. Comunicación

La comunicación a través de varios siglos se ha convertido en la ciencia que desarrolla la interacción de los individuos y en esta relación se mezclan las creencias, ideologías, cultura, preferencias políticas de cada persona. Este proceso se presenta en el accionar diario de los sujetos.

Para el argentino Mario Kaplún la comunicación es interpretada de la siguiente manera [...] "el esquema clásico <<emisor-mensaje-receptor>> nos acostumbra a poner al emisor al inicio del proceso comunicativo, como el que determina los contenidos del mismo y las ideas que quiere comunicar; en tanto. (...) Su experiencia nos enseña que, si se desea comenzar un real proceso de comunicación, el primer paso debería consistir en poner el destinatario, no sólo al final del esquema, sino también al principio: originando los mensajes, inspirándolos; como fuente de pre alimentación". (Kaplún, 1998)

Este edu-comunicador indica que la comunicación no tiene que estar establecida en el modelo básico de emisor-mensaje-receptor. Por ende el único que comunique, no necesariamente debe ser quien arme los contenidos y transmita el mensaje debe ser el emisor. Sino que también el receptor puede ser puede dar su punto de vista, así los dos individuos tienen la capacidad de formar el mensaje. Dando paso a la retroalimentación o el conocido *feedback*.

Según el teórico Paulo Freire [...] "Comunicar es comunicarse en torno al significado significante. De esta forma, en la comunicación, no hay sujetos pasivos. Los sujetos, co-intencionados al objeto de su pensar, se comunican su contenido. Lo que caracteriza a la comunicación es que ella es diálogo, así como el diálogo es comunicativo. En relación dialógica-comunicativa, los sujetos interlocutores se expresan, como ya vimos, a través de un mismo sistema de signos lingüísticos". (Freire, 1969).

Según Paulo Freire en esta cita define que la comunicación es necesaria para la vida cotidiana. Ninguno de los participantes son poco significativos por el hecho que una verdadera comunicación es aquella donde los dos sujetos tienen la oportunidad de dar su punto de vista. Por ende, al momento de comunicarse se genera un diálogo constante entre los individuos donde se exponen sus ideas y posturas.

Dominique Wolton indica que no existe la comunicación en sí misma, ella está siempre ligada a un modelo cultural, es decir, a una representación del otro, porque comunicar consiste en difundir, pero también en interactuar con un individuo o una colectividad". (Wolton, 2007)

Este autor asegura que la comunicación sirve para transmitir a otra persona un mensaje y a la vez recibir una respuesta, es decir que se debaten sobre esa idea. Por esa razón asegura que está ligada a un modelo cultural, a las creencias y gustos de los individuos. En otras palabras en la sociedad que viven los individuos no solo se transmite sino que se interactúa constantemente.

El pedagogo brasileño Paulo Freire añade otro concepto de comunicación [...] "El sujeto pensante no puede pensar solo: no puede pensar sin la coparticipación de otros sujetos, en el acto de pensar, sobre el objeto (...) Esta coparticipación de los sujetos, en el acto de pensar, se da en la comunicación (...) Si el sujeto "A" no puede tener en el objeto, el término de su pensamiento, sino que éste es la mediación entre él y "B", en comunicación, no puede, igualmente, transformar al sujeto "B" en incidencia depositaria del contenido del objeto, sobre el cual piensa. Si así fuese -y

cuando así es- no habría, ni hay comunicación. Simplemente, un sujeto estaría (o está) transformando, al otro, en paciente de sus comunicados. La comunicación implica una reciprocidad, que no puede romperse". (Freire, 1969)

Paulo Freire expresa que en el proceso de comunicación todos los individuos cumplen un papel importante. Una persona piensa solo pero tiene la necesidad de debatir las ideas con otra personas, así se logra intercambiar la información. Porque si no se genera un diálogo, el individuo sólo estaría transmitiendo la información hacia el otro individuo y así no existe una verdadera comunicación porque la persona tiene el derecho de participar y no sólo de recibir.

De acuerdo a estos teóricos se puede concluir que la comunicación es un proceso donde tienen un papel fundamental tanto el emisor como el receptor. Una vez que estos sujetos entran en interacción se está generando el verdadero proceso comunicativo.

2.2.2. Educación

Desde sus inicios la educación ha sido vista como el proceso fundamental para la formación intelectual y social de los individuos. Esta ciencia busca desarrollar las capacidades para que las personas se integren completamente a la sociedad. Varios teóricos han definido a la educación desde distintos puntos de vista.

El francés Jacques Delors establece que la educación es el proceso encargado de transferir información que sea útil y necesaria para que la persona se instruya correctamente. La transmisión de estos conocimientos debe ser continua, ya que mientras el tiempo avanza los descubrimientos

son cada vez más. Y se convierte en una necesidad para poder construir profesionales de calidad.

En palabras del investigador Thomas S. Popkewitz [...] “Desde cualquiera que sea la posición ideológica, se ha considerado la educación como una actividad de principios con la cual se puede promover, entre otras cosas, la justicia, la equidad, la formación de ciudadanos democráticos o la de trabajadores más precisos y competentes”. (Popkewitz, 1999)

Según el catedrático Popkewitz desde todos los puntos de vista, la educación es definida como una acción donde su único objetivo es instruir a las personas. Y asegura que al momento de adquirir estos conocimientos todos los sujetos son iguales y tienen las mismas capacidades intelectuales.

Un grupo de investigadoras definen a la educación como una [...] “transmisión y construcción cultural; ya sea formal o informalmente, educar es siempre generar y transmitir, dejar y modular universos simbólicos, significados, pautas de comportamiento, habilidades comunicativas, lenguajes, visiones del mundo. Sin embargo, es poco frecuente que como educadores seamos conscientes de ello, o si lo somos, que actuemos en consecuencia”. (Aguado, Gil, Mata, 2005)

La educación se centra en transferir la información y así formar a las personas en todos los ámbitos, tanto de manera intelectual como de forma estética. Esta es una actividad de gran importancia, ya que define y concreta la manera de actuar de las personas dentro de la sociedad. También establecen que muy pocas veces los encargados de educar no saben la responsabilidad que tienen y que la labor que realizan es sumamente importante por el simple hecho que son quienes transmiten todos los conocimientos.

El teórico ecuatoriano Valerio Fuenzalida indica que la educación es [...] “La educación se amplía más allá de la escuela. Puede incluir educación sistemática primaria, secundaria y universitaria, perfeccionamiento de los maestros, capacitación profesional y educación permanente; pero también ampliación del conocimiento o de la cultura personal. Tal concepto amplio y

permanente es más acorde con la actual sociedad del conocimiento y de la información". (Fuenzalida, 2005)

Fuenzalida tiene un concepto más actual de la educación. Establece que este proceso va más allá de un estudio básico, se centra en perfeccionar constantemente los conocimientos de los individuos. Asegura que los estudios básicos son necesarios porque son la base para formar profesionales de calidad pero plantea que es importante no dejar de instruirse.

A partir de las definiciones planteadas por estos investigadores se concluye que la educación tiene como objetivo transmitir conocimientos con el fin de generar un progreso en la vida de los individuos. La educación formal es aquella que se genera dentro de las instituciones educativas. Dentro de la educación los docentes son un elemento importante dentro del proceso educativo, ya que son los encargados de transmitir los conocimientos y así formar a los individuos.

2.2.3. Comunicación Educativa

La comunicación educativa es un medio para desarrollar conocimientos y a la vez transmitirlos, con el fin de perfeccionar la educación de la audiencia. Es decir, se conforman contenidos que aporten a la formación de los individuos, los mismos que son transmitidos por los diferentes medios de comunicación. Varios teóricos definen a la comunicación educativa desde diferentes puntos de vista.

En palabras de Omar Rincón asegura que la comunicación educativa es [...] "la función educativa y cultural de la televisión es cuestionada, ya que no son los contenidos, ni los políticos, ni los académicos los que deciden que es lo educativo, sino que se comienza a diseñar programas desde las necesidades y expectativas de las audiencias. Por esta razón, se acentúa la preocupación de hacer televisión de calidad". (Rincón, 2001)

Este teórico deja en duda la existencia de una verdadera comunicación educativa. Por el motivo de que los medios, sus funcionarios o los catedráticos no son quienes deciden lo que es un contenido educativo, sino que se adaptan a los intereses que tienen los receptores. Por este motivo no existe una programación educativa construida desde las audiencias, porque los medios de comunicación solo se dedican a transmitir lo que el receptor quiere ver, más no lo que necesita ver.

Para Germán Parra la Educomunicación es [...] “un intento de reflexión epistemológica de la Educomunicación no puede dejar de lado los contextos de la educación y de la comunicación. Se evidencia la importancia de las interrelaciones entre los procesos de aprender y de formarse con los procesos de mostrar, difundir e intercambiar opiniones (...) Dada las relaciones de los dos campos de conocimiento (educación y comunicación): es la pedagogía que orienta y enseña cómo desarrollar aprendizajes significativos, y a la vez, cómo consumir productivamente los mensajes que nos vienen de los mass media y del intercambio de pensamientos que se producen en la convivencia social”. (Parra, 2000)

En esta cita el autor determina que los procesos de comunicación y educación están relacionados, ya que se dedican a instruir y formar a los individuos. Asegura que no solamente se trata de entretener, difundir o simplemente transmitir un contenido, sino que va más allá. El objetivo real es mostrar contenidos realmente educativos que instruyan a la sociedad. Por otro lado asegura que estos dos procesos ayudan a aceptar o rechazar la información.

Para Castillo la comunicación educativa es expresada de la siguiente manera [...] “Incorporar la televisión a la escuela como recurso para el aprendizaje significa ir mucho más allá de la adquisición de un aparato o de ofrecer de cuando en cuando a los niños y jóvenes algún programa. (...) Comprometidos con el aprendizaje, tenemos todo el derecho, y la obligación, de analizar y criticar los programas orientados a confundir o a frustrar el aprendizaje. (...) La utilización del medio, entonces, en función de la promoción y el acompañamiento del aprendizaje, es decir, del proceso de

apropiación del mundo y de sí mismo que vive el niño con nosotros”. (Castillo, 1999)

Este autor asegura que añadir la televisión dentro de las aulas es aceptable, ya que de esta manera los estudiantes pueden obtener los conocimientos de mejor forma y no solamente se dediquen a transmitir programas de entretenimiento, sino utilizarlo como una herramienta diferente que ayude a mejorar la enseñanza. Es importante resaltar que la televisión es una herramienta que sirve para mejorar los conocimientos, pero no se debe caer en el error de dedicarse a dejar transmitir dichos contenido, ya que se necesita tener la aprobación y la explicación del educador. Es decir que se le debe dar un mejor uso a los medios de comunicación.

Salinas Ibáñez añade la siguiente definición [...] “la necesidad de introducir los medios en la enseñanza, pese a las reticencias de reducidos sectores, parece una idea generalizada. La discusión, sin embargo, no debe focalizarse en la introducción o no introducción de los medios en el proceso educativo, sino en cual va a ser la función que en dicho proceso van a cumplir” (Salinas, 1995)

Este especialista define a la comunicación educativa como un proceso importante para el desarrollo y enseñanza de la audiencia. Propone que no se debe enfocar en si se genera o no programas educativos, sino que cual es objetivo o con qué fin se está realizando este tipo de programación

Mario Kaplún añade la siguiente definición [...] “la comunicación educativa rechaza tanto la idea de diferenciación jerárquica entre educadores y educandos – los primeros dueños de una verdad que llevan a los segundos - como la de <<un educador pasivo que por un malentendido “respeto” se responsabiliza de la finalidad del proceso educativo y se inhibe de hacer su aporte>>” (Kaplún, 1998)

Según este autor determina que una comunicación educativa no está ligada obligatoriamente a la idea de que los catedráticos son los únicos responsables del contenido que emiten. Deja de lado esta idea, ya que si bien es cierto son los encargados de transmitir las ideas y los conocimientos,

también existen otros medios que difunden la información educativa como por ejemplo la televisión, la radio, etc...

Estos autores definen a la comunicación educativa como la disciplina que se enfoca en formar el comportamiento e intelecto de las personas. Esto se lo obtiene a través de la información que los diferentes medios de comunicación le transmiten a sus receptores.

2.2.4. La Televisión

La televisión es un medio de comunicación con grandes índices de audiencias y se ha convertido en parte fundamental de la cotidianidad, configuran las representaciones sociales y las difunden, son un actor de poder para la formación y comprensión de la sociedad y es por su grado de importancia que se llega a considerar que es el medio más influyente en la conducta de los individuos.

La revista Signo y Pensamiento cita a Romo quien plantea que [...] “los medios de comunicación, y en particular la televisión, son generadores de violencia al convertir la realidad en un espectáculo sensacionalista, estimulado por el rating”. (Romo, 1998)

En este artículo se define que la televisión como es uno de los medios de comunicación con mayor impacto en la sociedad puede llegar a tener gran poder sobre los individuos. Esto hace que sea visto como un medio que dirige o se involucra en la cultura y accionar de la sociedad ante los diferentes hechos. Como menciona el científico, la televisión al manejar sus contenidos según el rating ofrece una representación de la realidad de distintas formas, utilizando el recurso del espectáculo para así obtener mayor captación de audiencia y a la vez estructurar a la sociedad.

El Catedrático de Comunicación Audiovisual José María Álvarez en una de sus publicaciones menciona que [...] “La televisión puede convertirse en una maraña de programas que viajan por la red de acuerdo a las etiquetas de

unos usuarios que ayudan a otros a encontrar lo que quieren”. (Álvarez, 2011)

Lo que argumenta el catedrático puede llegar a ser un reto para la plataforma de la comunicación y una desventaja para los televidentes si no saben discernir en el tipo de contenidos que se quiere recibir por parte por parte del medio, para satisfacer sus necesidades de información entretenimiento y su papel de actores de comunicación

La televisión se entiende como un negocio cuyo objetivo principal es conseguir el máximo de beneficio. En un sistema de competencia, la programación se reduce a un instrumento para obtener las tarifas más altas de publicidad, y por ello lo que se persigue es conseguir cuotas elevadas de audiencia. (Hernández, Robles, 1995)

Este autor en cambio plantea a la televisión como una empresa que se maneja según sus propios beneficios y mantiene como principal interés el rating y las ganancias que generan los programas que son transmitidos por este medio y de hecho todo esto es factible porque la televisión se ha convertido en la actividad principal para muchas personas en su tiempo libre y acercándose a la realidad actual este medio es una fuente de información pero más utilizada para el entretenimiento.

La televisión se ha posicionado como parte del entorno y diario vivir de la sociedad. Y por ser un elemento importante no cabe duda que tiene de una u otra manera influencia en la conducta social de las personas porque cada vez son más los consumidores del contenido que presentan.

2.2.5. Televisión Educativa

EL uso de la televisión como recurso educativo se ha convertido en una herramienta principal para el aprendizaje porque con este medio se puede transmitir conocimientos rompiendo los estándares básicos de la educación

formal, dando apertura a una enseñanza diseñada para enriquecer conocimientos de manera didáctica; con el objetivo enseñar y entretener.

Este grupo de autores definen a la televisión educativa de la siguiente manera [...] La conjugación de la curiosidad por aprender y la emoción que provoca la televisión en edades tempranas, son elementos que bien fusionados harán que la inclusión de la TV en las dinámicas educativas sea una realidad. La combinación de un lenguaje fácil y rápido con imágenes ricas en colores atraen al público infantil y juvenil (Marín, González, García, 2013).

Según Marín y González la televisión es una herramienta importante dentro del proceso de aprendizaje, ya que la combinación de imágenes, videos, colores y lenguaje sencillo hace que los niños aprendan de forma más sencilla. Pese a que estos autores reconocen la importancia de la televisión educativa, aun no hay el suficiente espacio dentro de los medios de comunicación audiovisual. Por ende, no hay mayor interés por producir este tipo de programas.

Estos investigadores aseguran que [...] Consideramos que el valor educativo de la televisión radica en que ayuda en el aprendizaje de conceptos, y/o modifica/genera hábitos de conducta, valores y costumbres, ayuda a aprender conceptos... (Marín, Medrano, Sevillano y Prelado, Cortés y Palacios, 2007).

Este grupo de autores definen que en la actualidad lo que se transmite en la televisión tiene una gran repercusión. Producir programas con contenido educativo aporta de forma positiva en la educación de los individuos, en especial en los niños porque son los que más tiempo pasan frente al televisor. Por este motivo los canales tienen la obligación de transmitir contenidos e información que aporte, mas no que reste.

Esta pareja de investigadores indican que [...] A partir de los 10 años, los niños buscan programas que son realizados para una edad mayor. Se entusiasman con series familiares, pensadas para adolescentes, o entran de lleno en producciones en las que en el mensaje y la imagen prima sexo y

violencia. La mayoría de los padres soportamos la adicción de nuestros hijos; a veces por propia conveniencia e interés - están controlados-; otras por comodidad- para que investigar-; otras porque mientras pensamos que ven televisión no están en lugares peores. (Martínez, Peralta, 1996).

Martínez y peralta definen que la mayoría de los programas transmitidos en televisión tienen como audiencia fija a los niños y ellos consumen toda la oferta que el medio transmite. La mayoría de veces los padres de familia no tienen cuidado al momento de sintonizar un programa y lo hacen frente a sus hijos, es su mayoría son programas de entretenimiento, películas o Reality Shows con contenido fuerte. Lo que ellos ven puede llegar a influenciar y modificar ciertos aspectos de su personalidad de forma negativa, ya que están consumiendo un programa que no es el adecuado para su edad.

Los ecuatorianos, en la actualidad, tienen la necesidad de una televisión de aprendizaje, impregnada en un contexto lúdico y de entretenimiento, educando sobre problemáticas sociales de actualidad, tomando en cuenta que los niños pasan más tiempo frente a un televisor y son la audiencia más vulnerable. (Alejandro-Campoverde-Pazmiño, 2010).

Este grupo de investigadores ecuatorianos indican que no existe una televisión educativa en el país. Los directores de canales y productores no le dan la debida importancia a este tipo de contenidos, ya que la mayoría de su programación está enfocada a el entretenimiento, mas no al aprendizaje. Pese a que la audiencia que más consume televisión son los niños y son los principales afectados.

Estos autores establecen que la televisión educativa es necesaria para que los niños aprendan de una manera más sencilla y didáctica. Los medios deben dejar la programación cotidiana y darle apertura a programas con contenidos que aporten a la formación de los niños, y así enriquecerán sus parrillas de programación.

2.2.6. Televisión Educativa a nivel mundial

La televisión educativa a nivel mundial se ha desarrollado con el paso del tiempo, en países de América Latina aún no existen muchas producciones ni canales enfocados a esta área de la comunicación. A diferencia de países de Europa y Norte América que si tienen programas y medios de comunicación educativos.

La revista iberoamericana de educación define que [...] El uso de medios de comunicación de masas y de tecnologías de la información en la región está claramente subvalorado. De acuerdo con un informe regional de la UNESCO, algunos países del Caribe han extendido el uso de medios impresos y electrónicos, utilizando la radio y las exposiciones para promover la lectura y para mejorar el uso del lenguaje, y la televisión como medio de información curricular pertinente. En América Latina es todavía escaso el uso de la radio y de la televisión con fines educativos, aunque se están impulsando algunas experiencias audiovisuales y de información. (UNESCO, 2002) (Recuperado 10/noviembre/2014, revista iberoamericana de educación)

En este artículo la UNESCO indica que varios países del Caribe utilizan los medios de comunicación para mejorar el uso del lenguaje e incentivar la lectura en los individuos. Pero además exponen que en Latinoamérica el uso de los medios, en especial de la radio y televisión, no es con fines educativos sino de entretenimiento. Pese a esta negativa los proyectos relacionados a la comunicación educativa están aumentando cada vez más.

En otra línea de reflexión sobre el medio televisivo, el profesor Cebrián, de la Universidad de Málaga, plantea la incidencia del medio televisivo en los hogares, y especialmente sobre los niños y jóvenes, demandando una lectura global del medio que favorezca su conocimiento y comprensión desde los centros escolares, de forma que la televisión se convierta en un recurso educativo (Aguaded, Cabero, 1995).

Los autores Aguaded y Cabero establecen que el catedrático Cebrián define a la televisión como parte de la formación de los individuos, por ese motivo todo lo que se transmite tiene un gran influencia. Además, indican que los niños y jóvenes son los que más consumen este medio por eso los centros

educativos (escuelas y colegios) deben de implementar la televisión como un recurso de aprendizaje. Pero para que las escuelas implementen este mecanismo los medios tienen la responsabilidad de reformar sus parrillas de programación, apoyando a producciones educativas que enseñen conceptos pero que también entretengan.

En Ecuador según el investigador Hidalgo [...] El mirar televisión es uno de los pasatiempos más importantes y de mayor influencia en la vida de niños y adolescentes. Ellos miran la televisión un promedio de 22 a 25 horas semanales. En los preescolares esa cifra llega a un promedio de 54 horas por semana, lo que significa de 7 a 8 horas diarias. Para el momento en que se gradúan del colegio habrán pasado más tiempo mirando televisión que en la sala de clase. Mientras la televisión puede entretener, informar y acompañar a los niños, también puede influenciarlos de manera indeseable (Hidalgo, 2010).

Este autor indica que en Ecuador los niños pasan la mayoría de su tiempo viendo televisión, eso lo convierte en el medio más influyente a nivel mundial. Todo lo que el medio presenta va a causar un efecto positivo o negativo. Sus programas pueden divertir pero también puede causar efectos negativos, debido a la violencia o al contenido fuerte que transmiten.

El autor Aguirre señala que [...] Al ser la televisión educativa un modelo didáctico, un recurso de desarrollo técnico de la enseñanza hace objetivamente empírica la aprehensión del conocimiento sin límites, aprovechando todas las posibilidades que nos brindan los medios de comunicación al incorporar los conocimientos que escapan de los libros de texto escrito y ligan a los educandos a captar, por medio del sentido de la vista, todas las características intuitivas y motivadoras que aporta la televisión. (Aguirre, 2003)

Este investigador define que la televisión es un recurso didáctico para la enseñanza. Es decir, considera que los medios de comunicación brindan la oportunidad de transmitir todos los conocimientos pero de una forma entretenida, ya no solo escuchando y leyendo, sino también utilizando el sentido de la vista.

La televisión educativa a nivel mundial ha tenido cambios a medida que el tiempo transcurre. En la actualidad varios países ya están implementando la televisión como una herramienta didáctica de enseñanza, se ha convertido en una nueva forma de aprendizaje. Se está reconociendo la importancia de este tipo de televisión, pese a que en países latinoamericanos su progreso sea a paso lento.

2.2.7. Nuevas Perspectivas de la Comunicación Educativa en América Latina

Las nuevas perspectivas de comunicación educativa en América Latina tienen como objetivo mostrar cuales son los nuevos proyectos televisivos en el ámbito educativo. Incluyendo el uso de nuevas tecnologías y un nuevo estilo programación dentro los medios de comunicación.

Según un estudio realizado por Carlos Alberto Quintero las nuevas perspectivas de comunicación educativa en América Latina son [...] “En cuanto, al campo de la educación la imagen nueva de CTS, se manifiesta en políticas educativas que se establecen, en muchos países, implementándose en programas formativos de enseñanza secundaria y universitaria. En este sentido, la formación científica del ciudadano constituye una nueva y novedosa demanda formativa actual, a la luz de las nuevas exigencias formativas de la sociedad del conocimiento”. (Quintero, 2010)

En este artículo el autor asegura que las nuevas perspectivas de comunicación educativa en América Latina están relacionadas con las nuevas propuestas de ciencia y tecnología. Aclaran que la programación transmitida en los medios de varios países de América, tiene un contenido diferente. Es decir, consumen programas educativos que ayudan a la formación intelectual y estética de la audiencia. Poco a poco la sociedad va adecuándose a las nuevas tecnologías y de esta manera van adquiriendo y reforzando los conocimientos.

Los autores José Carlos Lozano y Lorena Frankenberg definen las nuevas perspectivas de comunicación educativa en América Latina de la siguiente manera [...] “En los noventa se presenta el desplazamiento de la recepción al consumo, y al finalizar el milenio, según los autores, los niños aparecen como ejes centrales de la investigación. Este nuevo enfoque destaca la importancia de romper con la percepción de la fragilidad y pasividad de las audiencias, en este caso los jóvenes y niños, considerados como los mayores afectados por los efectos ‘nocivos’ de la televisión. Propone, en su lugar, entender sus competencias comunicativas y cambiar la visión de la

televisión como nociva por una posición más abierta y flexible”. (Lozano, Frankenberg, 2008)

En esta cita se plantea que al inicio en los años ochenta en América latina se le daba mucha importancia a los efectos que causaba la televisión en la audiencia. Pero a partir de los noventa hasta la actualidad se indica que los principales afectados son los niños y adolescentes debido a la programación tan violenta que es consumida por los mismos. En este estudio proponen que en la actualidad es necesario hacer un cambio total de los programas cotidianos por una televisión formativa, que refuercen lo aprendido en los centros educativos y a la vez amplíen temas positivos.

Un grupo de académicos agregan que [...] “Se ha revestido a los medios de comunicación y a las nuevas tecnologías de la información con propuestas ingeniosas para transportar a grandes distancias la información y la formación. Nos encontramos frente a un proceso masivo, nunca antes visto, de construcción de infraestructura en telecomunicaciones y medios masivos destinados a fomentar y difundir el hecho educativo a comunidades distantes de la modernidad y los recursos. En América Latina, por supuesto, esos desarrollos se adelantan con alguna dificultad debido esencialmente a la limitación de los recursos, falta de visión y compra de tecnologías inadecuadas para funciones educativas”. (Barco, Hernández, Montoya, 2013)

Introducir los medios de comunicación dentro de la enseñanza formal es fundamental en el mundo contemporáneo, ya que permite desarrollar y fortalecer las capacidades adquiridas por la audiencia. Las nuevas perspectivas de comunicación educativa han servido de ejemplo para que países o lugares más pequeños del mundo le den más importancia a los contenidos educativos. Por esta razón en este tiempo la sociedad está muy relacionada con el uso las TIC'S, pero también mencionan que a pesar del acceso a las nuevas tecnologías muchos países en América Latina no lo saben aprovechar, ya que los educadores no lo utilizan como una herramienta didáctica que puede favorecer la enseñanza dentro de las aulas.

Los medios de comunicación no le brindan el espacio e importancia que los programas educativos se merecen.

En un estudio llamado ***Comunicación, educación y ciudadanía, conocimiento y experiencia en las teorías e investigación en América Latina*** definen que las nuevas perspectivas de comunicación educativas, enfocándose en Ecuador, deben estar enfocadas en [...] “Es la hora de ir pensando en políticas, programas y proyectos que recojan los aportes más significativos que potencien, concreten y proyecten una realidad educomunicacional que trascienda nacional e internacionalmente, mediante los preciosos recursos tecnológicos a los cuales podemos acceder ya con bastante facilidad. Es tiempo, entonces, que las universidades a través de las facultades de comunicación y educación comiencen a sistematizar sus experiencias, atender las demandas de la ciudadanía, y a encontrar espacios de diálogo que permitan diagnosticar, debatir y, sobre todo, ir contando con mecanismos académico-institucionales”. (Pereira, 2010)

Alberto Pereira agrega que dentro del Ecuador es necesario diseñar más programas con contenido educativo, que dejen de lado el tipo de programación cotidiana que la audiencia esta enseñada a consumir. Es momento de aprovechar todas las tecnologías que se tiene al alcance y así establecer una nueva era de telespectadores. Todas estas nuevas ideas pueden ser llevadas a cabo, primero por las instituciones más grandes como los son medios de comunicación y las universidades. Si se trabaja en conjunto el resultado será construir un nuevo estilo de televisión, la televisión que los niños, jóvenes y adultos necesitan.

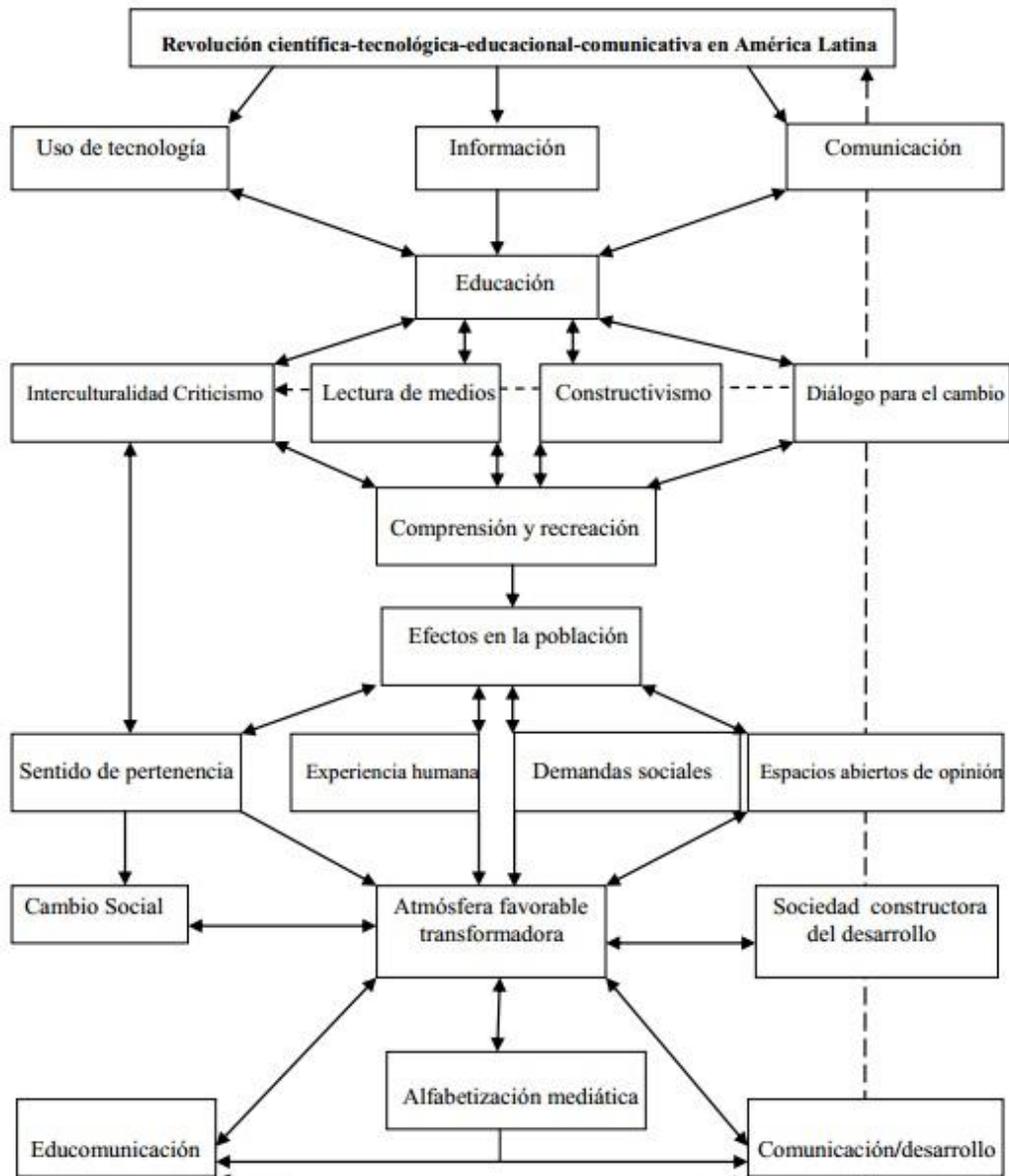


Gráfico 1. Modelo de desarrollo social a través de procesos de diálogo y aprendizaje en América Latina. Fuente Silva, Torres, 2013

Este gráfico destaca la colectividad del conocimiento a través de los principales procesos de comunicación, el diálogo y aprendizaje. Además, destaca la importancia del uso de las nuevas tecnologías, ya que permiten que el proceso comunicativo sea más rápido y eficaz. A raíz de esto plantea

nuevas propuestas de estilos óptimos de vida que se generan a partir de la implementación de las TIC'S en la educomunicación a nivel de América Latina.

Las nuevas perspectivas de comunicación educativa en América Latina le brindan un espacio muy importante al uso de las TIC's, dentro de la educación formal, siendo un aporte positivo pero sobre todo didáctico. En varios países de América Latina, la televisión educativa va teniendo más importancia debido a que la audiencia tiene la necesidad de consumir un tipo programación formativo que ayude al progreso de los individuos.

2.3. Marco Legal

En este apartado se exponen los artículos de las distintas leyes que son las fundamentaciones legales del estudio de investigación. Se investigó y se tomó en consideración las distintas leyes que dan un soporte al proyecto comunicacional con contenido educativo que se produce.

En la Declaración Universal de los Derechos Humanos en su artículo 26 se establece que todas las personas tienen derecho a la educación, con esta Declaración Universal vigente desde 1948, trascendió la valoración de los derechos humanos y se concedió reconocimiento jurídico internacional para que los individuos sin importar raza, género, religión o cualquier característica tengan un respaldo y garantía sobre leyes estatales de cada país y con esto se da sustento al proyecto de investigación con los siguientes ítems:

“La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la

amistad entre todas las naciones y todos los grupos étnicos o religiosos”, “Los padres tendrán derecho preferente a escoger el tipo de educación que habrá de darse a sus hijos”. (Declaración de los derechos humanos, 1948)

Con esta sección se evidencia la importancia de los saberes y lo necesario que es la educación, tomando a consideración que es un derecho que toda persona posee.

En la Constitución vigente desde el 2008 en la sección tercera, el apartado de Comunicación e información se establece que los medios tendrán que dar mayor relevancia y espacio en sus programaciones a los contenidos que tengan fines educativos, culturales e informativos.

En el Art. 19 “La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos”.(Constitución del Ecuador N°449, 2008)

Con la presencia de este artículo se afirma nuevamente la necesidad de brindar a los consumidores de los medios contenidos educativos que aporten al enriquecimiento intelectual con lo cual el medio de comunicación está en la obligación de generar y crear nuevos contenidos que se apeguen al cumplimiento de lo que la ley estipula.

La Ley Orgánica de Comunicación regula los contenidos en los espacios radiales y audiovisuales ecuatorianos. Busca que se garantice el ejercicio del acceso a información de calidad en la producción nacional y que se logre generar más contenidos nacionales. Dentro de lo que estipula la ley se ha

seleccionado algunos artículos que sustentan al tema de investigación desarrollado y con lo que los medios ecuatorianos deben cumplir:

“Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos”. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013).

El artículo citado sostiene de manera general cuales son los tipos de contenidos que deben ser emitidos por los medios. También dentro de la LOC constan varios artículos que dan soporte legal al proyecto de comunicación educativa realizado son detallados a continuación:

En el art.49 de la Ley Orgánica de Comunicación en el ítem 4 expone lo siguiente: “Determinar mecanismos que permitan la variedad de programación, con orientación a programas educacionales y/o culturales”

En el Art. 71 se establecen las responsabilidades comunes de los medios en su gestión se eligió los siguientes articulados de este artículo que respaldan el producto audiovisual educativo.

“Respetar los derechos humanos y promover su plena aplicabilidad; Desarrollar el sentido crítico de los ciudadanos y promover su participación en los asuntos de interés general. Propender a la educomunicación”. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

También en el Art. 80 se plantean los objetivos de los medios de comunicación social y lo cual se debe cumplir, aquí algunos numerales del artículo seleccionados según la temática del proyecto:

“Producir y difundir contenidos que fomenten el reconocimiento de los derechos humanos, de todos los grupos de atención prioritaria y de la naturaleza; Promover la producción y difusión de contenidos audiovisuales nacionales; Ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al buen vivir”. (Ley Orgánica de Comunicación, 2013)

Según los artículos citados se sostiene que es importante y relevante realizar proyectos comunicacionales educativos para fomentar el enriquecimiento intelectual de los individuos y los medios de comunicación son un mediador y un poder informativo sobre la ciudadanía y ser tomados como fuente de aprendizaje exige una mejor producción de contenidos acorde a la necesidad de los consumidores.

2.4. Cobertura y Localización

Este proyecto está dirigido a infantes, productores de televisión y especialistas en comunicación educativa en Guayaquil.

2.5. Actividades y Tareas

Fecha	Actividad
22-10-2014	Análisis de antecedentes
10-11-2014	Recolección de Datos
10-11-2014	Análisis semántico de programas más vistos por infantes
28-11-2014	Finalización de análisis
1-12-2014	Monitoreo de las parrillas de programación
8-12-2014	Análisis de Datos
15-12-2014	Libreto de programa piloto
20-12-2014	Pre-Producción y Coordinación de Piloto
10-01-2015	Grabación de piloto
12-01-2015	Post-producción
16-02-2015	Informe Final

Tabla 1 Actividades y tareas. Fuente: Las Autoras

Capítulo 3

Marco Metodológico

3.1. Enfoque Metodológico

Esta investigación tiene un enfoque metodológico cualitativo puesto que las características tomadas en cuenta para seleccionar la muestra del presente trabajo, se basa en el análisis de los programas con mayor rating. Además se realizó varios grupos focales con niños de 4 a 6 años y padres de familias. También se hizo entrevistas a profundidad que permitieron obtener respuestas más específicas.

3.2. Formulación de premisas

- La televisión comercial ecuatoriana ha dejado de producir programas infantiles porque no resultan rentables económicamente, los programas infantiles no lideran ni en rating, ni en franjas, ni en horarios, por lo que han ocupado esos nichos con programación no adecuada para niños, pero que responden a las aspiraciones mercantiles de las televisoras.
- A falta de programación infantil en los canales de televisión, los niños han tenido que “consumir” programación para adultos como realities y comedias de situación, lo que incrementa que aceleren su interés hacia la violencia, sexo, machismo, inequidad de género; consolidando modelos negativos para su formación.
- La producción de un programa piloto como “El club de Doggy” llegará a una parte de la población reforzando los valores de los niños y a su vez entreteniéndolos. Además que los entretiene. Siendo un avance importante para la calidad de contenidos emitidos por los medios locales.

3.3. Diseño del Tipo de Investigación

Se trata de una investigación cualitativa, realizada a partir del método no experimental transaccional descriptivo, porque se analizó al objeto de estudio seleccionado. En base a dicha observación se logró determinar las carencias de la población intervenida, en este caso los niños de 4 a 6 años de las instituciones escogidas. Dicha selección de muestra puede ser considerada no probabilística porque las unidades de observación no fueron escogidas de forma aleatoria, lo que implica que su selección se realizó en base a los criterios del investigador.

Se desarrolló por el método no probabilístico por cuotas puesto que el subgrupo seleccionado tuvo características determinadas. Dicho paradigma investigativo fue clave para la realización del producto final.

3.4. Técnicas de Investigación

Para este estudio fue necesario utilizar seis técnicas de investigación ya que fueron parte esencial del proceso científico. Las técnicas utilizadas fueron grupos focales, entrevistas a profundidad, observación cualitativa, monitoreo de medios, investigación bibliográfica y fichas de observación. El uso de estas técnicas permitió establecer un orden a los datos que se obtuvieron en el estudio de campo y la vez aportó con herramientas que permitieron mostrar los resultados de forma más específica.

- Entrevista a profundidad: productores de programas de televisión comercial, profesoras.
- Grupos focales: Padres, niños
- Guías de observación, monitoreo de medios.
- Análisis del discurso.
- Estudio de casos.

3.5. Procedimientos utilizados

Como se mencionó en el anterior punto, para esta investigación se utilizó seis técnicas de investigación que ayudaron a obtener los resultados que se presentaran en el análisis de resultados. A continuación se mostrará el modelo de ficha de observación, las preguntas y temas usados en las entrevistas y grupos focales respectivamente.

Entrevista a profundidad: productores de programas de televisión

- ¿Cuál cree usted que sea la razón por la cual hay escasa producción de programas educativos en las parrillas televisivas ecuatorianas?
- ¿Por qué la mayoría del contenido de los programas educativos está dirigido para jóvenes y adultos y no dirigido específicamente para público infantil?
- ¿Usted cree que la televisión ecuatoriana debe de reestructurarse y así darle más espacio a una programación que aporte con contenidos positivos para la sociedad? ¿Qué tipo de formato televisivo utilizaría?
- ¿Considera usted que si se realiza un programa educativo infantil tendrá buena acogida? Sí - No ¿Por qué?
- ¿Cree usted que uno de los factores de la escasa producción de programas educativos se debe al estereotipo de que este tipo de programas no se venden bien?
- ¿Qué tipo de temas se deben resaltar en los programas infantiles?
- Si tuviera la oportunidad de realizar un programa educativo ¿Cómo lo realizaría?
- ¿Estaría dispuesto a formar parte de una producción educativa? Si o No ¿Por qué?

- ¿Considera que es importante producir programas educativos para niños en edades tempranas?

Entrevista a profundidad: Maestros

- ¿Qué tipo de programas de televisión son adecuados para niños?
- ¿Cuántas horas al día deben ver televisión los niños?
- ¿Hasta qué hora se recomienda que los padres le permitan ver televisión a sus hijos?
- ¿Está conforme con lo que la programación nacional ofrece a los infantes?
- ¿Está de acuerdo que los padres le permitan ver programas que inciten a la violencia? por ejemplo: Dragon ball Z, Doraemon, etc
- ¿Le gustaría que se produzca un programa educativo infantil ecuatoriano?
- ¿Qué temáticas recomienda usted que se deben tratar en un programa educativo?

Tema Grupo focal: Padres de familia

- Programas más vistos
- Opinión de la programación nacional
- Les gustaría que se haga un programa infantil
- ¿Porque creen que este tipo de programas ya no se producen en el país?
- ¿Qué es lo que usted cree que su hijo ve?
- ¿Cuánto tiempo su hijo ve televisión?
- ¿Hasta qué hora su niño ve tv?
- ¿Usted permite que sus hijos vean programas que no estén dirigidos para ellos?
- Sobre las restricciones de contenidos

Tema Grupo focal: Niños 4 – 6 años

- Programas que más ven
- Dibujo animado que se sienten identificados
- La serie El Combo Amarillo
- La serie Estas Secretarias
- La serie Así Pasa
- Programa de televisión infantil educativo - Temas que les gustaría aprender.

Modelo de Ficha de observación: Análisis de los programas más vistos

Programa: Combo Amarillo	
Canal de Televisión:	
Horario:	
Fecha de observación:	
A que publico está dirigido:	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	
Ritmo de la edición	
Colores que predominan	
Fondos que predominan	
Tipo de música	
Contenido:	
Temáticas que predominan	
Lenguaje de los actores	
Vestimenta de los actores	
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	
Marcas que se anuncian	
Comerciales dirigidos a niños	
Palabras con contenido fuerte	
Jerga particular	

Tabla 2 Modelo Ficha de observación: Análisis de los programas. Fuente: Las Autoras.

Capítulo 4

Análisis de Resultados

En este apartado se evidenciará los resultados obtenidos según las técnicas de investigación implementadas para el desarrollo y sustento de este proyecto. Para la investigación se desarrollaron entrevistas a profundidad, - grupos focales, fichas de observación de lo cual se obtuvo el siguiente resultado.

4.1. Ficha de observación de programas más vistos, según fuente IBOPE.

Para la realización de la ficha de observación se decidió tomar en consideración el rating del mes de noviembre, según el resultado de audiencia obtenido por IBOPE los programas que más ven los niños en las edades comprendidas de 3 a 11 años son: Estas secretarias, Así pasa y El combo amarillo.

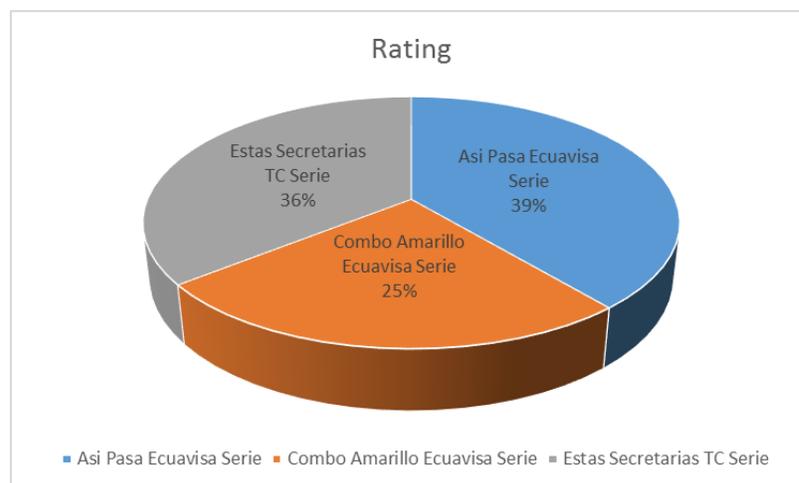


Gráfico 2 Rating programas más vistos. Fuente: IBOPE

La serie Así Pasa de Ecuavisa obtuvo 4,9 puntos de rating que equivale al 39% de audiencia, mientras que Estas Secretarias, serie transmitida por TC Televisión, tiene 4,5 puntos de rating que es igual al 36% y en tercer lugar se posiciona otra serie de Ecuavisa, Combo Amarillo con 3,2 puntos de rating que corresponde al 25% de audiencia.

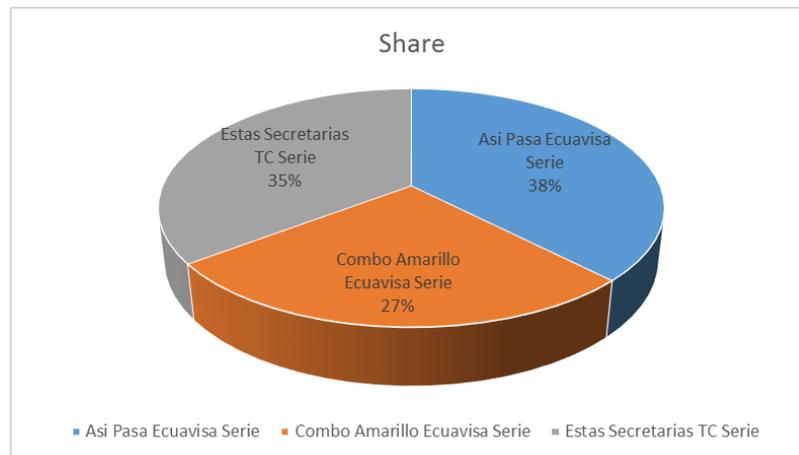


Gráfico 3 Share programas más vistos. Fuente: IBOPE

Según el encendido de televisores en los hogares se refleja en primer lugar con 24 puntos de share la serie Así Pasa, en segundo lugar el programa Estas Secretarias con 22,5 de share y en tercer lugar la comedia Combo Amarillo que obtuvo 17,2 de share.

A partir de estos resultados se optó por realizar un modelo de ficha de observación para hacer un breve análisis sobre el contenido y ciertos aspectos audiovisuales de estos tres programas más vistos por los niños. Para esto se observaron los programas emitidos durante la primera semana del mes diciembre del año 2014.

Caso Así pasa.

En la serie “Así Pasa” los planos que más se utilizan son: plano medio, general, americano y contra planos; y se maneja una edición de forma analítica es decir, que se utiliza una combinación de numerosos planos cortos. En otro aspecto las locaciones que más se utilizan son en interiores como: departamento, pasillo, oficina funeraria y la tienda de una actriz que representa a una comerciante indígena. Es importante destacar que esta producción se realiza dentro de un estudio, no se utiliza locaciones en exteriores. La musicalización es empleada de forma incidental para crear atmosferas según la acción de las escenas, además se utiliza continuamente efectos para enfatizar ciertas acciones o frases de los personajes.

Las temáticas que más predominan en la serie son las constantes discusiones y enfrentamientos entre los personajes acorde a las diferentes temáticas, puesto que esta serie plantea un tema nuevo cada día. En relación al lenguaje y la vestimenta que utilizan los actores son representativos a las diferentes culturas que hay en el Ecuador, por ejemplo: comunidad indígena y costeña, también se utiliza vestimenta informal y semiformal. Además se pudo constatar que durante un capítulo no se realizaban muchos cambios de ropa, sino que se utilizaba el mismo vestuario.

Pese a que esta es una serie sintonizada por niños no se transmite comerciales de televisión que estén dirigidos a este sector poblacional, durante toda la semana solo se transmitió uno de Ciccio Belo, Pulp y Totto. Para finalizar no se utilizan palabras con contenido fuerte, pero si usan frases particulares como: no montes la de patán.

Caso Combo Amarillo

En la serie “Combo Amarillo” los planos que más se utilizan son: plano americano, plano medio, plano general y primeros planos; que son empleados para destacar las reacciones de los personajes. Se maneja una

edición analítica y la totalidad de sus escenas son grabadas en locaciones interiores, al igual que la anterior serie ya mencionada pero en este caso las locaciones o escenografías más utilizadas son: la casa y la empresa de taxis. (Todo en estudio, no son locaciones reales). Otro aspecto que es importante mencionar es la musicalización, en este caso predomina el tema musical de la serie, la música incidental y los efectos son usados en ciertas ocasiones. El cuanto al contenido, las temáticas que se generan son por problemas sociales y personales que terminan en discusiones entre los personajes. Por otra parte, el lenguaje empleado por los personajes es informal pero priman expresiones que representan a personas de estrato social bajo. Además tienen una jerga particular, las frases más utilizadas son: bacanchichimo, muérgano, mamerto, mi lon, mi yunta, déjate de movidas, ay papaíto, entre otras. La vestimenta de los personajes es informal y también representa a personas de estrato social bajo, es muy colorida y en su mayoría de veces se mantienen el mismo vestuario pero en algunos capítulos la varían. Para finalizar, los comerciales transmitidos son dirigidos a las amas de casa, pero para público infantil sólo se vio la marca *Ciccio Belo*.

Caso Estas secretarias

En la serie cómica “Estas Secretarias” los planos que más predominan son: planos medios, generales y contra planos. Al igual que las otras dos series anteriormente mencionadas lleva un ritmo de edición analítico. Las escenas se desarrollan principalmente en interiores: empresa, casa y departamento, pero es importante mencionar que se usan imágenes de transición para pasar de una locación a otra. Son pocas las escenas que se desarrollan en exteriores y duran muy poco. La musicalización que emplean es incidental para ambientar cada escena.

Las temáticas que predominan en esta serie son, los problemas personales, amorosos y discusiones llevadas por el odio y venganza de ciertos

personajes. El lenguaje de los actores es coloquial y solo hay un personaje que tiene una jerga particular que emplea palabras como: mi pana, mi broder y que tiro. La mayoría del tiempo su vestimenta es formal y predomina el color rosado, en pocas ocasiones utilizan ropa informal. Dentro de sus marcas anunciantes predominan la publicidad estatal, y comerciales dirigidos a amas de casa.

Con este breve análisis se puede concluir que el contenido de estas series va dirigido para público adulto, más no para infantes. Pese a esto es importante tener en cuenta que tiene gran aceptación en el público infantil, por eso se debería incluir temáticas que vayan dirigidas a este público. Con esto se evidencia la necesidad de que se produzcan más educativos infantiles.

4.2. Parrillas de programación

Se realizó un monitoreo en las parrillas de programación de los dos canales televisivos en los que se encuentran los programas que más ven los niños para conocer qué porcentaje del contenido que emiten va dirigido para este target.

En la parrilla de programación diaria de TC se pudo evidenciar que el contenido que emiten va dirigido a las amas de casa o target familiar pero los fines de semana tienen gran programación de animados internacionales que ofrecen para el público infantil y joven. Como resultado del monitoreo como se observa en el gráfico inferior el 26% de su programación es de entretenimiento, 17% Novelas, el 15% Noticieros, 12% en animados y el mismo porcentaje a otros en esa categoría se encuentran los espacios de Iglesia Universal y *Marketing Worldwilde*, con un porcentaje del 6% se encuentran los programas informativos y Culturales y por último el 3% la categoría de deportes y educativo.

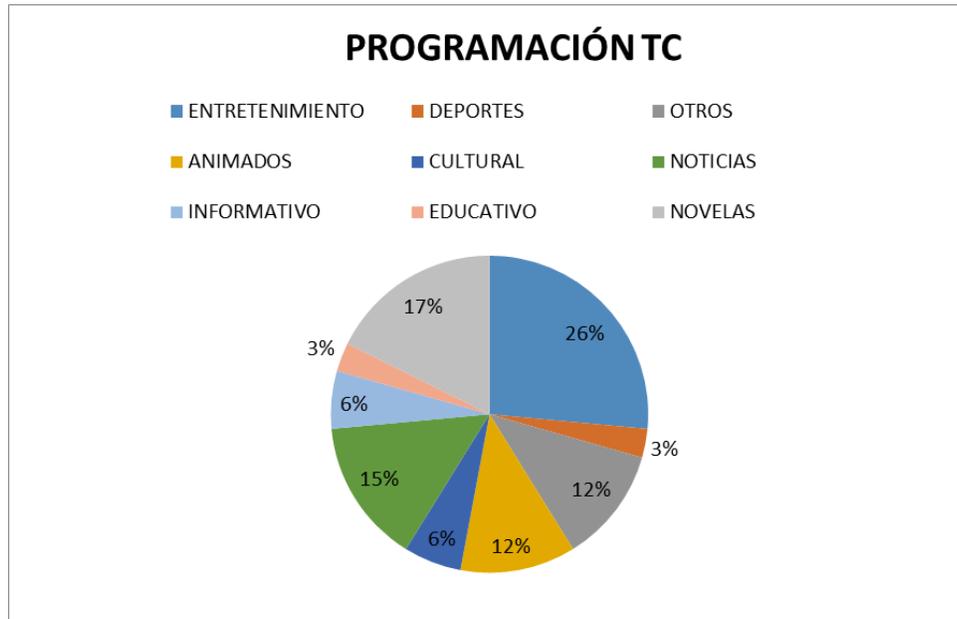


Gráfico 4 Porcentaje Programación Tc. Fuente: Las Autoras

En la parrilla de programación de Ecuavisa lo que predomina son los programas de entretenimiento debido a las series que producen y son emitidas diariamente por lo cual esta categoría ocupa un 33% de su programación, el 15% novelas, 12% los noticieros y de igual porcentaje los programas informativos, seguidos del 10% con la categoría animados en la cual están los programas: Dora la exploradora, Dragón ball z y otros. Con 8% se encuentra la categoría educativo informativo en la misma se encuentra el programa Hacia un nuevo estilo de vida, documentales y aprendamos. Con el 4% se refleja la categoría educativo y educativo infantil porque emiten programas como Plaza Sésamo y en último lugar con un 2% de la programación total se refleja la categoría cultural con el programa Expresarte.

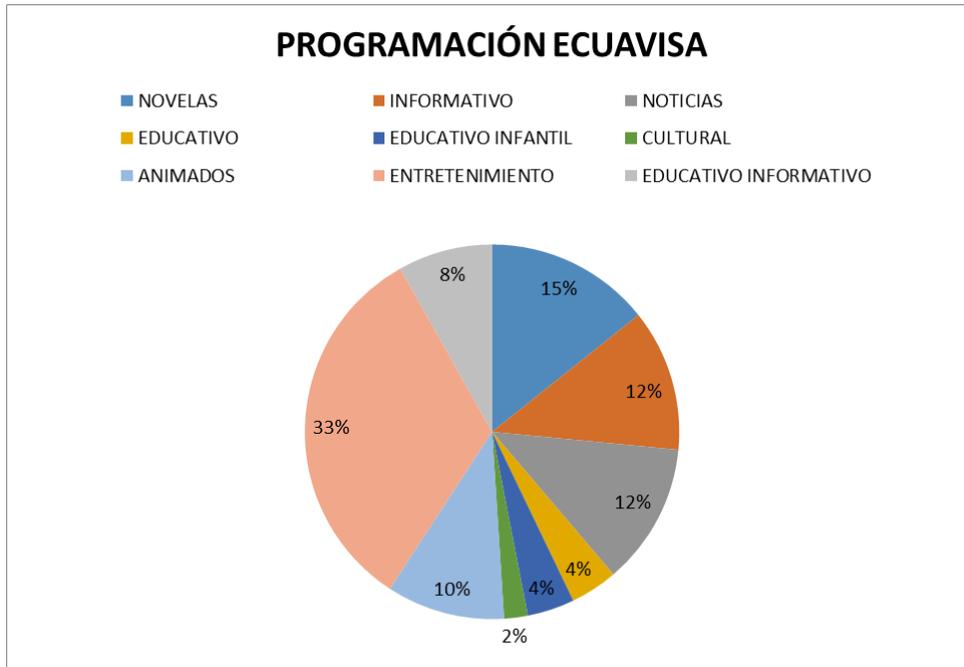


Gráfico 5 Porcentaje Programación Ecuavisa. Fuente: Las Autoras

Con este resultado se puede observar que el contenido para niños que emiten estos medios televisivos es muy reducido, por su parte TC cuenta con 12% dentro de lo cual están solo programas animados y ninguno es educativo ni producido en Ecuador. Ecuavisa cuenta con un 4% de contenidos educativos infantiles y también el 10% que son animados dirigidos para niños y en esta categoría se encuentra el programa Dragon Ball Z y Doraemon programas que no tienen contenido educativo.

Por otra parte se tomó en consideración la parrilla de Ecuador TV porque este medio en su programación diaria tiene gran cantidad de contenido para niños en relación a los demás canales televisivos. Según la parrilla encontrada en su página web arrojó que el 33% de su programación está en la categoría de entretenimiento, seguido con el 13% de noticieros, 12% de contenidos culturales, 10% de deportes y de igual porcentaje programas con contenido informativo, 8% de contenido infantil educativo, 6% de animados

infantiles y también se encuentra con ese porcentaje la categoría educativo informativo, y en último lugar se refleja la categoría novelas con un 2%.

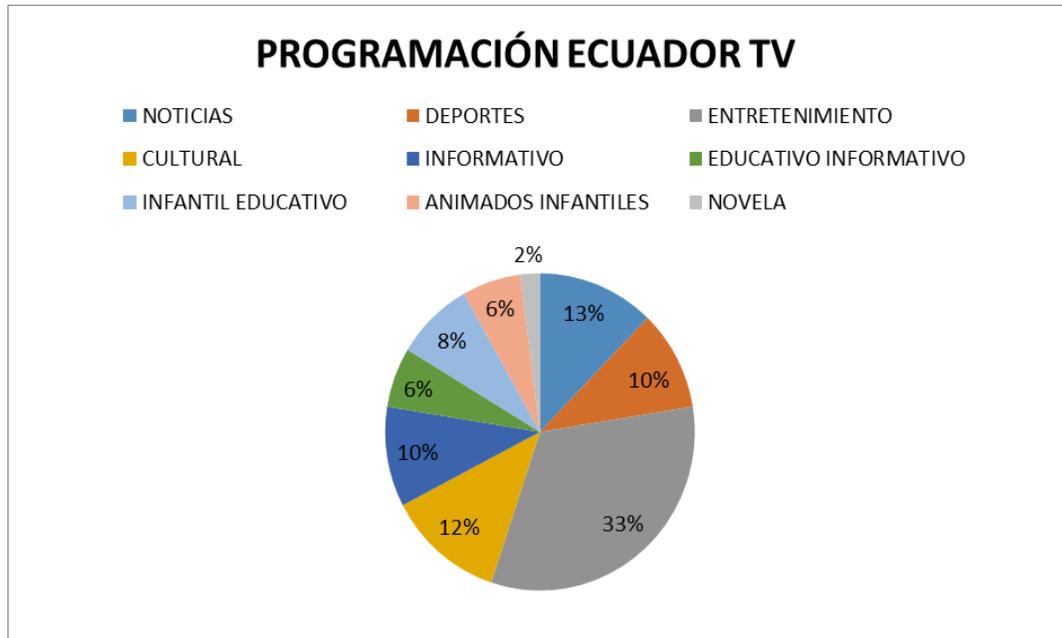


Gráfico 6 Porcentaje Programación Ecuador Tv. Fuente: Las Autoras

Según los resultados que se obtuvo del monitoreo podemos observar que los medios en los que se encuentran los programas que según rating más ven los niños tienen poca programación dirigida para este target se podría decir que a este sector de la población se la tiene desatendida porque lo que les brindan al televidente infantil son programas internacionales comúnmente llamados enlatados y que no ofrecen contenido que aporte para la formación del infante. Por el contrario es evidente que Ecuador Tv contiene una mayor cantidad de programas infantiles y en diferentes horarios del día, además el programa infantil Veo Veo que ofrecen es producido en Ecuador.

4.3. Resultado Entrevistas a Directores y Productores

4.3.1. Entrevista Pedro Peñafiel – Productor “Calle 7”

Pedro Peñafiel asegura que no le apuestan a producciones infantiles educativas porque los niños no quieren ver cosas de niños, sino que ellos quieren ver programas de entretenimiento donde haya personajes que luego se llegan a convertir en estereotipos, al final los niños quieren ser como esos personajes. También asegura que si el niño no quiere verlo entonces no hay un interés por producir este tipo de programas. Como no hay interés por parte de la audiencia, entonces no se vende y no se vende porque las grandes marcas no pautan en un proyecto donde nadie los ve.

Además menciona que sí le gustaría ser parte de un proyecto educativo y que al producirlo los temas que más resaltaría son los modales, lugares turísticos del país, segmentos donde se refuercen las matemáticas y lo que los niños aprenden en el aula. Finaliza indicando que si tuviera la oportunidad de trabajar en este tipo de proyectos, aparte de enfocarse principalmente en el contenido también le daría mucha importancia a la escenografía del programa. El trabajaría con muchas luces y ya no con tanta escenografía ni un conglomerado de formas, porque la gente que ve televisión no quiere pensar. La audiencia quiere que le den algo fácil de digerir visualmente.

4.3.2. Entrevista Fabrizio Aveiga – Director “Estas Secretarias”

Fabrizio Aveiga director de la serie “Estas Secretarias” transmitida por TC Televisión asegura que no se producen programas educativos por el factor comercial, ya que las principales marcas no pautan porque los niños no son el target adecuado para poder vender sus productos. Pese a ese factor negativo Fabrizio resalta que en la actualidad por lo menos se transmite

Educa, ya que por mucho tiempo la pantalla tuvo gran ausencia de programación educativa infantil. Por otra parte indica que es necesario que los canales reestructuren sus parrillas de programación porque se debe comenzar a ser más responsables con el contenido que se emite. Para finalizar indica que en reiteradas ocasiones ha presentado proyectos educativos pero sus directivos los han rechazado; además resaltaría temas relacionados con problemáticas sociales como por ejemplo el consumo de las redes en exceso, el bullying, la obesidad infantil.

4.3.3. Entrevista Marcos Espín – Director “Así Pasa”

Marcos Espín director de la serie cómica “Así Pasa” menciona que el medio para el que trabaja se preocupa por producir programas de target familiar porque al segmentar hacia el área infantil se ve que el índice de consumo televisivo se segmenta a un porcentaje más reducido y como la televisión es comercial se termina importando las latas de programas internacionales con relación a esa línea porque es más conveniente a nivel económico que producirlo. Afirma que uno de los factores por lo cual no se producen programas infantiles educativos se debe a que producirlos de manera interna es mucho más costoso que comprar una lata, y si el consumo o el grupo de consumidores es mucho menor podría no ser rentable comercialmente. A pesar de esto aseguró que sí es necesario que se comience a educar al público infantil a través de la televisión y plantea que es solo que un medio de la iniciativa y se lo haga porque Ecuavisa antes producía programas infantiles y funcionaron muy bien. Por otra parte, menciona que su trabajo va dirigido a un target familiar y por ende trabaja también para niños y por eso los tipos de personajes que crean son con ese apego, la caricaturización que haga interesante y llamativo y cree una empatía con el consumidor infantil. Para finalizar dijo que hay que presentar nuevas propuestas y para ello hay

que investigar bien al consumidor, debido a que no se ha generado mucho producto para público infantil y no hay mediciones del tipo de cosas que sean interesantes para ellos. Mencionó también que siempre se ha tratado de pensar como adultos lo que le funciona al niño pero basándonos en la mentalidad de adultos y nunca se ha puesto en la mentalidad el niño que es lo que quiere consumir.

4.3.4. Entrevista Luis Aguirre – Director “Combo Amarillo”

Luis Aguirre el director de la serie “Combo Amarillo” afirma que una de las razones por las que no se producen contenidos educativos infantiles es porque los costos son muy elevados, por todo lo que demanda en cuanto a vestuarios, escenografía porque para este director un programa dirigido para este target debe entrar la fantasía y esto conlleva un constante cambio de vestuario y personajes y esto da como resultado que el nivel de rating no compensa los costos. Al igual que los demás directores considera que se debe realizar un programa dirigido para niños pero lo que hace difícil vender el programa de niños es que el espacio comercial será complicado de venderlo porque por más que los niños digan que quieren lo que aparece en la televisión quienes tienen la decisión final son los padres. Aguirre también acoto que ha desarrollado mucho teatro infantil y esta podría ser una buena propuesta para transmitir a los niños contenidos enriquecedores pero igual lo concibe como algo complicado. Destacó que las temáticas que se debe tratar en un programa infantil deben ser sobre los valores y datos generales que el niño debe saber al igual que un adulto. Como recomendación dijo que debe haber un personaje que llame la atención del niño porque ese es un problema en este target que se distraen fácilmente y pierden la atención por lo cual también hay que jugar con los colores de la escenografía y las

temáticas a tratar diariamente. Finalmente indicó que si le proponen realizar un programa para este target sí lo haría y sería un gran reto.

4.4. Resultado Entrevistas a Docentes

En las entrevistas realizadas a las docentes de párvulos se logra demostrar que existe una falta de productos televisivos educativos por la inconformidad que afirman tener hacia la programación nacional y su rechazo hacia los programas animados como los Simpson, Doraemon y Dragon Ball Z porque estos dibujos animados entretienen a los niños, pero como han mencionado las docentes este contenido no aporta para el crecimiento del niño.

Priscila Chávez mencionó “Me gusta que los niños vean más los programas de televisión por cable como Discovery Kids, programas de animalitos que enseñan”. Por otra parte La profesora Verónica Elianan se refirió al mismo tema y dijo: “Jamás se piensa en los infantes ni en el impacto que puede provocar un pésimo programa por ejemplo infinidad de novelas, programas de chistes si es que se pueden llamar así al doble sentido”.

Con estas respuestas se puede evidenciar que ciertas personas optan por recurrir a programación internacional en vez de la nacional, esto se debe a la falta de contenidos que sean formativos.

Al referirnos a la cantidad de horas que un niño debería ver televisión, todas coincidieron en que debe ser un intervalo de una a máximo dos hora al día. Ya que recomiendan que es importante enseñarles a distribuir su tiempo en otras actividades recreativas. Durante la entrevista surgió la interrogante de cuáles serían las temáticas que se deberían resaltar en los programas educativos. Zoila indica que un cincuenta por ciento debe estar relacionado a la expresión corporal, veinticinco por ciento del programa destinado a inculcar valores y otro veinticinco por ciento que sea netamente educativo.

Al final de la entrevista todas las parvularias coincidieron que la horas más adecuada para transmitir un programa educativo es de 16h00 a 17h00.

4.5. Resultados Grupo focal

Fue necesario realizar los grupos focales, ya que aquí se obtuvo la percepción de los niños y padres de familia acerca de la importancia de las producciones infantiles educativas. Se realizaron dos grupos focales, el primero fue en el Jardín de la Facultad de Pedagogía de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil ubicado en Saucos 5 y el otro grupo focal fue con padres de familia que tienen niños de entre los 4 a 6 años.

4.5.1. Niños del Jardín de Pedagogía de la UCSG – 1° Básica

Sobre sus dibujos animados favoritos y con cuales se identifican, se pudo concluir que ellos prefieren a Los Vengadores, Pecezuelos, Peppa Pig, Piratas del Caribe y Las Princesas. Pero es importante destacar que de los 6 niños, la mitad se sienten identificados con los personajes de la película Los Vengadores mientras que la otra mitad prefieren Peppa Pig y las princesas. Pero al mencionarles sobre las series cómicas nacionales que lideran los 3 primeros puestos en el rating del mes de noviembre, solo 2 niños respondieron que si la habían visto la serie “Así Pasa”. Mientras que “Estas Secretarias” un niño respondió que se trata de una telenovela, pero además indicó que son episodios que ven las tías y los abuelos.

El mismo niño respondió que el “Combo Amarillo” tiene personajes que te hacen reír y además añadió que su personaje favorito de la serie es el gordo. Cuando se mencionó que si les gustaría ser parte de un programa de televisión todos respondieron que sí y lo que ellos quisieran ver en este programa es pintar, jugar, cantar y aprender cantando.

Se puede concluir que si les gustaría tener un programa educativo donde se pueda jugar y aprender de manera divertida. Es necesario que existan este tipo de espacios para que los niños se puedan desenvolver en un espacio que les permita ser ellos mismos, y además que refuercen lo que aprenden cotidianamente en su educación formal.

4.5.2. Grupo focal de padres de familia

En el grupo focal con los padres de familia se discutió el tema de los programas que más ven sus hijos, entre ellos están: Ben 10, Dragon Ball Z, Chavo del 8, La guerrera, Combate, Zoy 101 y Caso Cerrado. Al referirse sobre la programación nacional ellas indicaron que es pésima porque no tienen programas constructivos para niños, hay gran cantidad de programas de prensa rosa y Reality Shows. Además, las madres aseguraron que son importante estos programas porque su contenido aporta a la formación de niños, pese a que para los canales sea importante y representativo económicamente.

Por otra parte, cuando se pregunto acerca de que es lo que ellas creen que sus hijos ven, respondieron: Telenovelas, Reality shows, dibujos animados, programas de farándula y peleas. Pero a pesar que son programas no aptos para los niños, las madres de familia indicaron que los canales de televisión no cumplen del todo con las restricciones de horarios y contenidos. Sobre las horas que sus hijos pasan frente a la televisión, ellas indicaron que pasan 4 a 6 horas diarias y están hasta las 11 de la noche viendo la programación nacional.

Se puede concluir que los padres de familia consideran de suma importancia que los canales replanteen sus parrillas porque los niños son sus principales consumidores. Es tiempo que la televisión nacional se preocupe por este sector de la población porque será de gran ayuda para su formación y educación.

Capítulo 5

Presentación del Proyecto

5.1. Identificación del Proyecto

Diseñar un programa piloto educativo infantil para televisión de 30 minutos de duración, basado en cocina infantil, circuito de ejercicios, reportajes y datos que enriquezcan el conocimiento de los niños. Conducido por una presentadora y personaje animador (Doggy), con la presencia de niños con edades comprendidas entre los 4 y 6 años. Este programa tendrá contenido educativo que aporte al desarrollo de sus habilidades acorde a las necesidades de información y se llamará "El Club de Doggy".

5.2. Objetivos

- El programa tiene como objetivo principal educar y entretener a los niños, pero sobre todo fortalecer valores que son un pilar fundamental para la formación de los infantes.
- Crear una propuesta de programa que es escasa en la parrilla de los medios televisivos locales.
- Lograr una mejor forma de aprendizaje en la que los niños sean los protagonistas del programa.

5.3. Recursos Humanos, Técnicos y Tecnológicos

Recursos Humanos	
Director	1
Productor	1
Director de Cámaras	1
Diseñador Gráfico	1
Jefe de Piso	1
Talentos	2
Camarógrafos	3
Técnico	1
Sonidista	1
Iluminador	1
Maquilladora	1
Recursos Técnicos y Tecnológicos	
Cámaras	3
Luces	7
Consola de audio	1
Computadoras	2
Audífonos	5
Monitor	3
Micrófonos	3

Tabla 3 Recursos Humanos, Técnicos y Tecnológicos. Fuente: Las Autoras

5.4. Presupuesto

Presupuesto para la Grabación de la 1ra Temporada

Equipos de producción		
Detalle	Cantidad	Precio
Estudio de grabación	1	\$ 1.000
Cámaras	3	\$ 240
kit de luces	1	\$ 300
Monitor	1	\$ 100
Micrófonos	3	\$ 90
Consola de audio	1	\$ 150
Boom	1	\$ 50
Gastos de movilización	por grabacion	\$ 100
Gastos de alimentación	por grabacion	\$ 180
Escenografía		\$ 200
Total		\$ 2.410

Tabla 4 Equipos de producción. Fuente: Las Autoras

Equipo humano				
Cargo	Cantidad	Salario	Tiempo (1ra temporada)	Total
Jefe de piso	1	\$ 500	2 meses	\$ 1.000
Director	1	\$ 1.000	2 meses	\$ 2.000
Talento	2	\$ 450	2 meses	\$ 1.800
Camarógrafos	3	\$ 400	2 meses	\$ 2.400
Sonidista	1	\$ 350	2 meses	\$ 700
Iluminador	1	\$ 400	2 meses	\$ 800
Productor general	1	\$ 800	2 meses	\$ 1.600
Asistente de cámaras	1	\$ 350	2 meses	\$ 700
Editor	1	\$ 700	2 meses	\$ 1.400
Diseñador gráfico	1	\$ 600	2 meses	\$ 1.200
Voz en OFF	1	\$ 400	2 meses	\$ 800
Maquillador y Peinnador	2	\$ 350	2 meses	\$ 1.400
Vestuario	1	\$ 400	2 meses	\$ 800
Total				\$ 16.600

Tabla 5 Equipo Humano. Fuente: Las Autoras

PRESUPUESTO TOTAL	
Equipo Humano	\$ 16.600
Alquiler de Equipos	\$ 2.410
TOTAL	\$ 19.010

Tabla 6 Presupuesto total. Fuente: Las Autoras

Presupuesto - Gastos de la Grabación del Programa Piloto

Detalle	Cantidad	Precio
Iluminador	1	\$ 20
Sonidista	1	\$ 20
Diseñador Gráfico	1	\$ 100
Maquillador y Peinnador	1	\$ 50
Utilería	para la grabación	\$ 160
Gastos de alimentación	para la grabación	\$ 80
Gastos de movilización	para la grabación	\$ 35
Total		\$ 465

Tabla 7 Gastos de la Grabación del Programa Piloto. Fuente: Las Autoras

5.5. Población Beneficiaria

Este programa beneficiará a niños de 4 a 6 años y brindará a los padres una opción educativa y de entretenimiento adecuada para que consuman sus hijos. Está dirigido a un público de extracto social medio.

5.6. Resultados Esperados

Con la realización de “El Club de Doggy” se plantea una alternativa de programa educativo para que los canales se interesen en producir contenidos que enriquezcan las parrillas y las producciones nacionales.

Obtener la aceptación de los padres de familia para que incentiven a sus hijos a ver El Club de Doggy y de esta forma posicionar en sus hogares este programa.

Lograr emitir el programa en una franja horaria en la que los niños pasen más tiempo sentados frente al televisor, se estima que sea simultaneo al horario en el que se transmiten los programas que según el estudio de rating ven más los niños.

5.7. Cronograma de Ejecución

PLAN DE GRABACIÓN EL CLUB DE DOGGY	
Fecha:	Domingo, 1 de febrero 2015
Horas	Tareas
7:00	Búsqueda y movilización de materiales para el set.
7:30	Llegada a la locación (Canal UCSG)
8:00	Llegada de personal técnico
8:30	Instalación de equipos y montaje de escenografía
9:00	Llegada de Maquilladora
9:30	Preparación de Talentos: Vestuario, maquillaje y peinado
10:30	Prueba de iluminación
11:00	Prueba de sonido
11:00	Llegada de los niños
11:30	Lunch
12:00	Inicio de Grabación
17:00	Fin de Grabación
17:00	Comida del personal
17:30	Desmontaje de escenografía y limpieza de locación
17:30	Retirada de niños y talentos
18:00	Retirada del equipo técnico y camarógrafos

Tabla 8 Plan de grabación del programa piloto. Fuente: Las Autoras

5.8. Resultados Obtenidos y Evaluación de Impacto

Con la finalidad de medir el impacto del proyecto, el piloto fue presentado a Mónica Maruri directora de EDUCA quien se mostró interesada en pasar el piloto a través de su programación que aparece en cadena nacional y propuso que el programa forme parte del convenio que la UCSG tiene con ellos y poderlo incluir en su programación regularmente.

Por otra parte se pudo llegar a percibir el impacto del programa por la aceptación que se tuvo de los niños y niñas que colaboraron para su creación durante el rodaje del programa. Al interactuar sobre los contenidos de los distintos segmentos, los niños tenían una reacción positiva y provocaba mayor participación y se logró despertar la intriga en ellos sobre las diferente temáticas, querían aprender y comentar más.

Capítulo 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- En la televisión ecuatoriana, salvo un par de excepciones no se producen programas dirigidos a niños, la razón que anuncian sus productores es que “no venden”, no tienen rating o no reciben los anunciantes necesarios para invertir en una producción de esa naturaleza. Por lo tanto, el público televidente infantil, que es el grueso de la población que consume horas de televisión al día, tienen que ver programas dirigidos a jóvenes o adultos, los mismos que producen consecuencias en su formación y comportamiento.
- Tras realizar las entrevistas a directores y productores de Ecuavisa y TC Televisión se puede concluir que los principales factores que inciden en la escasa producción de programas educativos infantiles son: primero porque los niños no quieren ver este tipo de programas, segundo porque las grandes marcas (empresas) no pautan sus comerciales y por ende no es rentable para el canal de televisión, en tercer lugar porque hacer programas para niños tienen costos muy elevados ya que demanda investigación de contenido y de forma, escenografías, vestuarios, fantasía; por ende es más factible comprar un “enlatado” o programa producido en el extranjero que carece de identidad nacional. Por último, los departamentos que conforman el medio solicitan hacer productos como comedias, shows y telenovelas. A continuación se presenta un cuadro final donde se exponen las principales conclusiones de las entrevistas hechas a los 3 directores de los programas más vistos por los niños en noviembre de 2014.

Directores	Medio	Programa	Rating	Factores Pincipales	Temáticas Recomendadas	Formato del programa
Marcos Espín	Ecuavisa	Así Pasa	4,9	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitan que se hagan comedias, shows, telenovelas. • Se enfoca en hacer programas de target familiar. • Producir programas infantiles implica invertir mucho dinero. • No tiene mucha audiencia y las marcas no pautan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Magia • Manualidades • Dibujos animados 	<ul style="list-style-type: none"> • Múltiples formatos • Magazine infantil • Productos de animación en 3D y 2D.
Fabrizio Aveiga	Tc Televisión	Estas Secretarias	4,5	<ul style="list-style-type: none"> • Principalmente factor comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Contenido social, con temas como: el consumo de las redes en exceso • Bullying • Obesidad infantil 	<ul style="list-style-type: none"> • Dramatizados
Luis Aguirre	Ecuavisa	Como Amarillo	3,2	<ul style="list-style-type: none"> • Los costos son muy elevados para hacer un programa para niños 	<ul style="list-style-type: none"> • Los valores • Buena educación • Problemas sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Teatro infantil

Tabla 9 Resultados finales de entrevistas a Directores. Fuente: Las autoras

- Basándose en el monitoreo realizado a las parrillas de programación de Tc y Ecuavisa se puede concluir que los medios comerciales tienen desatendida a la población infantil por la falta de producción de programas dirigidos para este target en específico pero los contemplan dentro de sus producciones que van dirigidas a un target familiar. Por otra parte Ecuador Tv tiene como una de sus prioridades al público infantil emitiendo contenidos diariamente para ellos y en distintos horarios.
- Se puede concluir que es de vital importancia contar con programas que vayan dirigidos para niños porque estos serán los televidentes del futuro y es necesario apostar por las producciones infantiles educativas porque las docentes aseguran que los niños aprenden viendo y observen así los conocimientos y que debería haber un programa que se preocupe por fomentar los valores que son indispensables en la formación del ser humano en especial de los niños.

- El diseño del programa piloto que lleva por nombre “El club de Doggy” se realizó con el objetivo de mostrar una alternativa de programa educativo infantil que enriquezca la pantalla nacional. Con esta producción se pudo demostrar que los programas pueden llegar a tener gran aceptación tanto por los padres de familia como sus principales beneficiarios que son el público infantil. La realización de este tipo de producciones no es sencilla pero para poder llegar a tener apoyo, se puede presentar los proyectos al Ministerio de Educación o al canal Ecuador Tv que son quienes les interesan impulsar estos proyectos.

6.2. RECOMENDACIONES

Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de transmitir contenidos educativos, en especial la televisión, ya que es el medio con mayor penetración e influencia. Los infantes son quienes más pasan tiempo frente al televisor, convirtiéndolos en los principales consumidores por eso es importante informar, educar y entretener de manera sana. Luego de realizar esta investigación, se pueden hacer las siguientes recomendaciones:

- Al Ministerio de Educación, máxima autoridad encargada de la implementación de proyectos educativos, es importante que esta entidad sea más estricta y sobre todo que incentive, a través de charlas y capacitaciones, la producción de estos programas que son importantes para la formación de todo individuo, en especial para los niños en edades tempranas. EDUCA no cuenta con programas dirigidos a esa población.
- Al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), debería disponer cierto porcentaje de programación educativa en las parrillas de programación de los medios de señal abierta. Sería factible que se implementen normativas para que se comiencen a producir este tipo de programas.
- Los directores de los canales de televisión, deben de darle mayor apertura a las producciones educativas. Es cierto que no se tiene mucha experiencia en este campo, pero se puede comenzar a insertar segmentos educativos para luego producir programas completos. Es momento de cambiar la televisión y utilizarla como una herramienta didáctica para la formación de los individuos.

- A los productores, se les recomienda que si el programa cuenta con un elenco de niños se debe practicar las actividades previamente para que haya mayor conexión entre los conductores, animadores y todos los niños. Los ensayos previos a la grabación del programa son de gran utilidad para poder tener un mayor control del tiempo de duración de cada segmento y así no cansar a los niños ya que se cansan fácilmente, además es recomendable realizarlos con cámaras para que los niños se vayan familiarizando con las mismas. Además es importante que una persona de producción se encargue directamente de manejar y controlar a los niños.
- Los padres de familia deben tener más control con lo que sus hijos ven en la televisión. Pese a las franjas horarias por edades que la Ley Orgánica de Comunicación exige a los canales, debe de haber más control con los programas, Series, Dibujos Animados y Reality Shows. Debido a que esto es lo que más consumen y no son programas que aporten cosas positivas, más bien incentivan la violencia y comportamientos no propios de su edad.

BIBLIOGRAFÍA

1. Aguirre, Mayra (2003). *Trascendencia histórica de la tecnología audiovisual educativa*. Revista de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado el 21/07/2013 en el URL <http://www.puce.edu.ec/sitios/publicaciones/Centro de Publicaciones/Revistas/Publicaciones/Revista%2070.pdf#page=73>
2. Aguaded José & Cabero Julio. (1995). *Educación y Medios de Comunicación en el contexto Iberoamericano*. Universidad Internacional de Andalucía.
3. Aguado, Teresa. Gil, Inés & Mata, Patricia (2005). *Educación intercultural: una propuesta para la transformación de la escuela*. Madrid: Editorial Catarata.
4. Barco, Fernando. Hernández, Jaime & Montoya, Iván (2013). *Medios de comunicación y nuevas tecnologías: elementos para una propuesta en la educación pública de Santander*. Santander.
5. Bonilla, J. I., & Tamayo Gómez, C. A. (2013). *Violencias y medios de comunicación en América Latina: una cartografía para el análisis*. *Signo y pensamiento*, 25(50), 211-231.
6. Cabero, Julio. (1996). *Nuevas tecnologías, comunicación y educación*. *Revista Edutec revista electrónica de tecnología educativa Núm. 1. FEBRERO 1996*. Recuperado el 07/08/2012 en el URL <http://www.uib.es/depart/gte/revelec1.html>
7. Castillo, Daniel (1999). *La comunicación EN la educación*. Buenos Aires: Editorial Stella.
8. Castro, Martha & Ortiz, Andrea (2013). *Importancia del periodismo educativo en la formación de los niños y niñas de la escuela fiscal Mixta Dr. Carlos Moreno Arias del cantón milagro*. Ecuador.
9. Constitución del Ecuador, (2008) Recuperado el 09/11/2014 en el URL http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
10. Declaración de los derechos humanos, (1948) Recuperado el 09/11/2014 en el URL http://www.un.org/es/documents/udhr/index_print.shtml
11. Delors, Jacques (1996). *La Educación Encierra un Tesoro*. Unesco: Editorial Santillana.
12. Freire, Paulo (1969). *¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural*. Editorial Siglo XXI y Tierra Nueva.

13. García, V. J. L., & Díaz, V. M. (2014). *La integración de los dibujos animados en el currículo de Educación Infantil: una propuesta teórica*. REICE: Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, 12(1), 73-82.
14. Fuenzalida, Valerio (2005). *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Bogotá: Editorial Norma.
15. Hernández, M., & Robles, M. (1995). *Televisión y cultura*. Colegio Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación.
16. Hopenhayn, M. (2002). *Educación para la sociedad de la información y de la comunicación: una perspectiva latinoamericana*. Revista Iberoamericana de educación, (30), 8.
17. Kaplùn, Mario (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Editorial de la Torre.
18. Ley Orgánica de Comunicación, (2013) Recuperado el 09/11/2014 en el URL http://www.supercom.gob.ec/sites/default/files/document/ley_organica_comunicacion.pdf
19. Lozano, José & Frankenberg, Lorena (2008). *Enfoques teóricos y estrategias metodológicas en la investigación empírica de audiencias televisivas en América Latina: 1992-2007*. México-Guadalajara. Revista Scielo N° 10 Recuperado el 19/08/2013 en el URL
20. Llorent García, V. J., & Marín-Díaz, V. (2013). *La integración de los dibujos animados en el currículo de Educación Infantil. Una propuesta teórica*.
21. Parra, Germán (2000). *Bases epistemológicas de la educomunicación: definiciones y perspectivas de su desarrollo*. Quito: Editorial Abya- Yala.
22. Pereira, Alberto (2010). *Comunicación, educación y ciudadanía, conocimiento y experiencia en las teorías e investigación en América Latina*. Ecuador: Editorial Consejo.
23. Popkewitz, Thomas (1999). *La educación en el siglo XXI: los retos del futuro inmediato*. Barcelona: Editorial Graó.
24. Quintero, Carlos (2010). *Enfoque Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS): perspectivas educativas para Colombia*. Colombia. Revista del Instituto de Estudios en Educación Universidad del Norte. Recuperado el 19/08/2013 en el URL <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/zona/article/view/1151/719>
25. Rincón, Omar (2001). *Televisión pública del consumidor al ciudadano*. Bogotá: Editorial Convenio Andrés Bello.

26. Salinas, Jesús (1995). *Aspectos críticos de una reforma educativa*. España: Editorial Europa Artes Gráficas.
27. Wolton, Dominique (2007). *Pensar la comunicación*. Buenos Aires: Editorial Docencia.

ANEXOS

ENTREVISTAS DOCENTES PARVULARIAS

Sexo: Femenino

Edad: 32

Nombre: Priscila Chávez Velásquez

Entrevista:

- ¿Qué tipo de programas de televisión son adecuados para niños?

Los programas adecuados para los niños son de lectura.

- ¿Cuántas horas al día deber ver televisión los niños?

Los niños pasan mucho tiempo viendo televisión pero en realidad considero que deberían pasar máximo una hora para poder hacer más actividades recreativas que desarrollen sus habilidades.

- ¿Hasta qué hora se recomienda que los padres le permitan ver televisión a sus hijos?

Es recomendable que vean hasta las 7 de tarde para que puedan descansar bien.

- ¿Está conforme con lo que la programación nacional ofrece a los infantes?

No en absoluto. Me gusta que los niños vean más los programas de tv por cable como Discovery Kids, programas de animalitos que enseñan. Dan posibles preguntas y respuestas a lo que un niño puede querer ver.

- ¿Está de acuerdo que los padres le permitan ver programas que inciten a la violencia? por ejemplo: Dragon Ball Z, Doraemon, etc

No, no me gusta la televisión nacional. Esos programas no ayudan al niño y Dragon Ball Z es horrible es demasiada violencia.

- ¿Le gustaría que se produzca un programa educativo infantil ecuatoriano?

Si sería una gran idea para que los niños tengan que ver si no tienen televisión por cable.

- ¿Qué temáticas recomienda usted que se deben tratar en un programa educativo?

Enseñar los valores, amor a los padres, demostrarles que siempre hay que decir la verdad.

- ¿Cuál considera que sería el horario ideal para transmitir el programa educativo si se llega a realizar uno para niños de 4 a 6 años?

Fines de semana de 9 a 10am pero si es entre semana lo ideal sería tipo 5pm.

Sexo: Femenino

Edad: 47

Nombre: Verónica Flor Elianan

Entrevista:

- ¿Qué tipo de programas de televisión son adecuados para niños?

Los programas infantiles y cada día estos son más escasos y no abarcan temas de interés necesariamente que ayuden a la formación integral del infante. Los programas infantiles deben abarcar temas reales, y q inculquen muchos valores q es lo q hace falta en esta época.

- ¿Cuántas horas al día deben ver televisión los niños?

Los niños máximo deberían ver televisión dos horas. Algún programa educativo y algo de dibujos animados o entretenimiento.

- ¿Hasta qué hora se recomienda que los padres le permitan ver televisión a sus hijos?

La hora ideal que vean televisión es en la tarde. Porque por la noche los programas son de adultos generalmente. No hay programas adecuados para los infantes.

- ¿Está conforme con lo que la programación nacional ofrece a los infantes?

Claro que no estoy de acuerdo con la programación. Jamás se piensa en los infantes ni en el impacto que puede provocar un pésimo programa por ejemplo infinidad de novelas, programas de chistes si es que se pueden llamar así al doble sentido.

- ¿Está de acuerdo que los padres le permitan ver programas que inciten a la violencia? por ejemplo: Dragon ball Z, Doraemon, etc

Las personas encargadas de cuidar a los niños no deben permitir esta clase de programas porque incitan a la violencia. Cabe mencionar q los niños aprenden por imitación.

- ¿Le gustaría que se produzca un programa educativo infantil ecuatoriano?

Claro que sí, debería haber un programa q se preocupe por fomentar los valores q son indispensables en la formación del ser humano en especial de los niños. Ya q los valores son indiscutiblemente la base de dicha formación.

- Cual considera que sería el horario ideal para transmitir el programa educativo si se llega a realizar uno para niños de 4 a 6 años?

En la mañana los niños van al inicial. Luego de almorzar, descansar y hacer tareas sería una hora ideal de 4 a 5 de la tarde.

Sexo: Femenino

Edad: 43

Nombre: Zoila Pérez Corral

Entrevista:

- ¿Qué tipo de programas de televisión son adecuados para niños?

Serian adecuados educativos pero no es la realidad, ellos ven dibujos animados y tiene que ser controlado como muchas veces no pasan los padres ahí siempre ven cosas que no están de acuerdo a ellos, si debería más que todo preocuparse por pasar programas educativos en la tarde más que todo, que donde ellos enciendan encuentre un programa, un dibujo animado pero que tenga un significado un valor o algo. Eso sería el detalle que haya siempre algo que eduque.

- ¿Cuántas horas al día deber ver televisión los niños?

Es que es cansado ver televisión, es decir, que por lo menos una hora una hora y media, pero tampoco que de largo. Es decir con intervalo si, media hora descansa trabaja una media hora más, más allá de eso no, porque no es recomendable que estén inactivos, estar sentado es estar inactivo.

- ¿Está conforme con lo que la programación nacional ofrece a los infantes?

No, no hay... Bueno se ha limpiado un poco porque antes había programas en horarios no adecuados y cosas que no tenían nada que ver, si se ha cambiado un poco eso pero falta, todavía falta, ahí tiene que educarse al pueblo primero.

- ¿Está de acuerdo que los padres le permitan ver programas que inciten a la violencia? por ejemplo: Dragon ball Z, Doraemon, etc

No ya eso en si ya debería eliminarse por completo, cuando encuentran en televisión pagada, se ve que Tv Cable esas cosas, y como eso es particular no se puede, pero lo que es local si hay bastante cambio. Pero la gente tiene mucho acceso a lo que es televisión pagada y se ve y se ve lamentablemente se ve, deberían eliminar por completo, que haya una ley para esos programas, esos canales que se dan en la televisión pagada, que ni eso den porque eso sí es, de miedo, esos Simpson si para los adultos es feo, peor para un niño.

- ¿Le gustaría que se produzca un programa educativo infantil ecuatoriano?

Claro, pero para de por vida, es decir que se quede, que se quede y vaya habiendo cambios de acuerdo a los cambios que se van dando, porque todo no está igual siempre, que se vaya actualizando de acuerdo al ritmo de vida de uno, si me entiendes, que los programas cambien, los segmentos cambien, de acuerdo a lo que se está viviendo, eso sería bueno.

- ¿Qué temáticas recomienda usted que se deben tratar en un programa educativo?

La parte corporal es importante, porque los niños ahora están muy llenos de energía, ya debería haber un cincuenta por ciento expresión corporal, ellos como que se desahoguen ahí con todos esos programas de concursos de carrera, concursos de eso. Y la otra parte si, un veinticinco por ciento, lo que es valor y un veinticinco por ciento educativo pero es decir como controlado es decir que se dé una pauta para que hacer algo, algo así, que se vaya

enseñando algo para que les quede, así debería ir... mitad corporal, veinticinco por ciento educativo lo que es valores y el otro veinticinco por ciento en algo que ellos crean, una manualidad algo así.

ENTREVISTAS A PRODUCTORES Y DIRECTORES

Pedro Peñafiel – Productor de Calle 7 y Atrevidos – Canal 10

¿Cuál cree usted que sea la razón por la cual hay escasa producción de programas educativos en las parrillas televisivas ecuatorianas?

El factor principal por lo que no hay programas infantiles es porque los auspiciantes no lo compran y no lo compran. Nosotros tenemos varias formas de medir la aceptación del público de nuestros programas, el rating para nosotros no es un objetivo principal es una consecuencia para el canal no es por lo que estamos haciendo el trabajo.

Tenemos tres tipos de medir de aceptación, la pantalla 1 que se miden con los rating, la pantalla 2 que es todas las páginas web y se mide mediante los viewers personales que la gente entra a las páginas web y tenemos las redes sociales. Las redes sociales es el contacto más directo que tenemos con el público porque es la respuesta inmediata a las cosas entonces esas tres páginas nos dicen que no quieren ver programas infantiles como tales. Más si quieren ver segmentos infantiles que es diferente, un programa infantil es un programa dedicado únicamente para los niños de 5 años a 12 años a partir de 12 a 16 ya son adolescentes. Ese target no quiere ver niños, no quieren ver cosas infantiles. Ese target quiere ver estereotipos para llegar a ser como ellos. El target que ve calle 7 son niños y adolescentes, y lo ven niños porque quieren ser como esa persona como ese competidor. Si tú le muestras a un niño, algo para niños, él no va a querer ser como eso por eso nosotros al mostrar un programa infantil que es para los niños un programa infantil como tal no registra en ninguna de las tres páginas aceptación. Al no ver ninguna de las tres páginas aceptación nuestros auspiciantes dicen, nadie lo ve, no van a comprar mi producto. Entonces no te pauto en esa

hora. Ahí sumas lo que inviertes y lo que ganas, pero te das cuenta que no funciona.

No hay programas educativos infantiles porque los niños no lo quieren ver, ya que la educación es algo que está en su entorno y aparte tu madre te refuerza lo que has aprendido. Y que no lo compren es la consecuencia de que no lo quieren ver.

¿Cree usted que uno de los factores de la escasa producción de programas educativos se debe al estereotipo de que este tipo de programas no se venden bien?

No, esa es una consecuencia. A los niños no les interesa ver un programa así, ellos quieren ser como culebra, como la roca, son grandes. Va mucho más allá de que no vende, sino que en realidad el niño no acepta.

¿Qué tipo de temas se deben resaltar en los programas infantiles?

Por ejemplo; puede haber un segmento de matemática, también puede ser algo de cocina y aquí se puede recatar los lugares del Ecuador. Por ejemplo, mientras preparas un plato típico de la sierra puedes darles a conocer esa parte del país. Y también puede ser algo relacionado con los modales.

Si tuviera la oportunidad de realizar un programa educativo ¿Cómo lo realizaría?

Hay muchos factores que influyen en la parte visual del espectador. Primero los colores y luego las formas. Tenemos que analizar qué es lo que les gusta ver en cuanto a colores y formas. En cuanto a esto les gusta ver luces, ya no tanta escenografía ni un conglomerado de formas, al contrario la gente que ve televisión no quiere pensar. La audiencia quiere que le den algo fácil de digerir visualmente. Todo depende de lo que quieres enseñar en el

programa. Luego es importante tener un personaje, muy aparte del animador o presentador. Además, el personaje tiene que tener muchas cualidades de las personas, ya que la mamá es quien debe aprobar si ve o no ve ese programa. El personaje guía a todos los que son parte del programa. También debes tener en cuenta que es importante que el niño tenga un incentivo, con premios o cosas así.

¿Estaría dispuesto a formar parte de una producción educativa? Si o No
¿Por qué?

Si me gustaría. Si podría producir un programa infantil educativo.

¿Considera usted que si se realiza un programa educativo infantil tendrá buena acogida?

El programa educativo infantil debe de tener un buen contenido. Debes enfocarte en el contenido, puedes tener buena iluminación y escenografía, pero si no tienes contenido interesante no valdrá la pena. Tienes que estar clara de lo que el personaje y presentador van a transmitir. Agota todos tus esfuerzos en el contenido.

Fabrizio Aveiga – Director y Libretista de “Estas Secretarias”

¿Cuál cree usted que sea la razón por la cual hay escasa producción de programas educativos en las parrillas televisivas ecuatorianas?

Considero que siempre ha sido un factor comercial. Los niños muchas veces no son el target adecuado para poder vender productos. Hubo un tiempo en el que si se hizo programas infantiles pero luego desaparecieron. Pero si comparamos este año con los anteriores, por lo menos ahora hay EducaTv.

¿Por qué la mayoría del contenido de los programas educativos está dirigido para jóvenes y adultos y no dirigido específicamente para público infantil?

Pues actualmente el único programa educativo es EducaTv. No se está pensando en los niños cuando se hacen programas. Yo presento proyectos todos los años y algunos dirigidos a niños, pero no los aceptan.

¿Usted cree que la televisión ecuatoriana debe de reestructurarse y así darle más espacio a una programación que aporte con contenidos positivos para la sociedad? ¿Qué tipo de formato televisivo utilizaría?

Si, se necesita ser más responsables y no fijarnos tanto en los números. Aunque si se hace mejor televisión que antes. La televisión está más responsable, ha ayudado mucho la nueva ley de comunicación. Pero si es que se llegan hacer programas educativos infantiles no es por iniciativa propia, sino porque lo imponen (por la nueva ley de comunicación).

¿Cree usted que uno de los factores de la escasa producción de programas educativos se debe al estereotipo de que este tipo de programas no se venden bien?

Si, exacto no se vende. Los niños no te compran y es así de cruel pero es la verdad. Yo creo que eso es lo que está pasando.

¿Qué tipo de temas se deben resaltar en los programas infantiles?

Contenido relacionado a lo social, algo que les sirva no solo para entretenerse sino para educarse. Desde el consumo de las redes en exceso, el bullying, la obesidad infantil. Me enfocaría en tratar de educarlos, lo que la mayoría de los padres no lo hacen por estar concentrados en el trabajo.

Si tuviera la oportunidad de realizar un programa educativo ¿Cómo lo realizaría?

Si lo realizaría. Me enfocaría en el área social.

¿Estaría dispuesto a formar parte de una producción educativa? Si o No

¿Por qué?

Si, por supuesto porque ahora no hay ese tipo de producciones. De hecho he presentado propuestas pero no las aceptan.

¿Considera que es importante producir programas educativos para niños en edades tempranas?

Sí, porque la televisión tiene la responsabilidad de educar. Por último, sino es a través de la televisión es el internet, sino es el internet es el teatro.

Marcos Espín – Director de “Así Pasa”

¿Cuál es el factor principal por el cual no se producen programas educativos infantiles?

Como realizadores de producción dramática nos encomiendan hacer un producto, como cualquier empresa que quiere algo, los departamentos que conforman el resto de la empresa nos solicitan hacer un producto, en nuestro caso hacer comedias, shows, telenovelas. Asumo que esto va marcado por un estudio acerca del televidente, consumidor.

Considero y creo de pronto que puede ser porque estamos enfocados en hacer programas de target familiares que involucra tanto madres, padres e hijos. Al segmentar un poco hacia el área infantil vemos que el índice de consumo televisivo se segmenta a un porcentaje más reducido que el target familiar y de todos modos la televisión es comercial, ahora no niego que es necesario comenzar a educar al público infantil y dedicarle así como existen los pañales para los niños de 6 años también deben haber productos televisivos para los niños de diferentes edades. Creo que se termina importando las latas de programas internacionales con relación a esa línea porque asumo que es más conveniente a nivel económico que producirlo.

Producirlo de manera interna es mucho más costoso que comprar una lata, y si el consumo o el grupo de consumidores es mucho menor podría no ser rentable en todo caso es necesario y creo que puede ir enfocado con los medios estatales que los comiencen a originar.

Una vez que esto se cree, los demás podrían ser los seguidores de aunque en realidad la televisión privada ha sido la pionera y generadora de producciones nacionales.

Como canales privados considera que deben empezar a hacer programas de este tipo porque el Estado ya lo comenzó a hacer.

Si es necesario. Es un reto trabajar con niños trabajar, es bastante difícil y trabajar para niños también conlleva una responsabilidad bastante fuerte, que va de la mano con estudios psicológico parvularios y todo lo demás.

Hacer un guion para adultos es mucho más fácil que hacer uno para niños, entonces implica mucho más análisis, muchos más recursos a nivel de contenido para poder hacer un programa con relación a eso.

Ecuavisa hace unos años atrás tenía programas infantiles, Paquita, Dr. Espertus entonces funcionaron muy bien en su momento. Ahora es lo importante es dar la iniciativa, si so funciona siempre hay un consumidor.

¿Porque cree desaparecieron los programas educativos de la televisión ecuatoriana?

Generalmente los productos salen del aire por falta de consumo del televidente. Pero no sabría porque exactamente. Pero se debe generar si y no solo a nivel de animados sino dramatizados.

¿Usted cree que se mantiene el estereotipo de que no se vende este tipo de programas?

A Los niños tiene que interesarles pero es como todo si un producto no funciona no lo consumen, esto se maneja en todo el contexto comercial como ejemplo una fábrica de pañales o de lo que sea, una empresa produce lo que el consumidor necesita siempre y cuando este dentro de los parámetro. Obviamente las diferencias entre una empresa y otra, como esta que es una empresa de comunicación y una que es de un producto consumible, la diferencia es notoria, nosotros tenemos que trabajar con

varios factores aledaños, como por ejemplo estar apegados mucho a la ley de comunicación enfocarse que contenido aparte de entretener debe ser educativo al mismo tiempo, y con niños mucha más todavía.

El humor infantil es muy diferente al de adultos sin embargo al nosotros generar un proyecto de target familiar estamos involucrando niños y tenemos que trabajar con un humor más sano que cualquier otra comedia de adultos. Hay compañeros que tienen programas en otros canales comedias de humor mucho más fuertes y grotesco que nosotros no lo podemos hacer porque dentro de la franja y el horario en el que nosotros nos mantenemos sigue siendo una franja infantil y los tipos de personajes que creamos son con ese apego esa caricaturización que haga interesante y llamativo y cree una empatía con el consumidor infantil y con las amas de casa.

Según su criterio cual es el formato más recomendable para realizarlo.

Hay múltiples formatos. Yo creo que la televisión nacional necesita no solo enfocarse en la parte infantil sino ser generadora de propuestas nuevas y creativas. Para nosotros es muy fácil nos resulta hacer dramatizados es en lo que nos hemos desarrollado pero no por el hecho de que sea lo más fácil quiere decir que se algo que debemos hacer siempre en el reto está tratar de marcar una diferencia entonces podríamos incursionar aunque es bastante costoso en productos de animación en 3d 2d que no se hace en el país porque generan mucho tiempo de realización y esos tiempos generan costos y obviamente fabricar el producto por capítulo es muy costoso no es rentable ósea tu creas un producto en base a un costo y ese costo lo sacas con la comercialización pero si la comercialización es inferior al costo de generación no resulta.

Pero es momento de generar nuevas propuesta también en géneros para el consumidor infantil

Tipos de temas recomendados.

Se hizo hace poco que era de esa línea. Un magazine infantil, que involucraba experimentos información tecnología ejercicio interacción con el televidente al mismo tiempo magia manualidades y lo intercalaban con dibujos animados. Este proyecto lo hicieron para gama con Felipe Jacome y ellos enseñaban con música.

Hay múltiples formas, los géneros todos funcionan siempre y cuando el producto que tu vayas a hacer dentro de ese género sea interesante porque puedes hacer un magazine y es aburrido estoy dentro del género pero no me funciona porque tanto los talentos que están conduciendo, como el contenido que estoy generando y la realización que todo va pegado no es compatible uno y otros no termina siendo un buen programa de televisión. Y puedo desechar ese género pero resulta que tengo un programa concurso a nivel infantil que también es educativo y me resulta mejor. Entonces se pueden hacer múltiples formatos dependiendo como se realice pasando por un focus group en donde los niños se vean interesados.

Hay que investigar bien al consumidor, como no se ha generado mucho producto para público infantil no hemos medido el tipo de cosas que sean interesantes porque hemos tratado de pensar como adultos lo que le funciona al niño pero basándonos en la mentalidad e adultos y nunca nos hemos puesto en la mentalidad el niño que es lo que quiere consumir. Nosotros queremos direccionar como adultos un programa infantil educativo que forme su mente pero no exactamente lo que es entretenido para nosotros es entretenido para los niños y hay otras cosas que si funcionan muy bien. En estados unidos crean productos para niños y están enfocados en analizar las necesidades de los niños para saber qué es lo que va a

funcionar en ellos y otros fracasan desde juguetes hasta programas de televisión.

Luis Aguirre – Director del “Combo Amarillo”

¿Por qué ahora usted cree que no se realizan muchos programas para niños?

Por varias razones, la primera porque los costos son muy elevados para hacer un programa para niños, porque asumo yo, demanda la investigación de contenido y de forma, escenografías, vestuarios, porque hacer un programa para niños va demandar de entrar en esta fantasía, de constante cambio de vestuario, de mucho diseño, entonces representan costos bien altos para un canal de televisión, y a lo mejor, no es que no se ven resultados a nivel de rating, pero a lo mejor no compensan los costos, eso por un lado, por otro lado considero yo que si debería haber este tipo de trabajo, pero ya te digo es muy complicado.

¿Ud. cree entonces que es verdad este estereotipo de que dicen que es porque no se vende?

Eso lo hace más complicado, evidentemente hay una serie de productos para niños en el mercado, cualquier cantidad, es verdad, hablamos desde pasta dentales hasta cereales, pero quien tiene la plata en la mano son los padres, por mucho que el niño diga quiero esto, el padre y la mamá es que deciden, eso hace lo difícil de vender un programa para niños.

¿Si a usted le plantean producir un programa educativo infantil, usted tomaría ese reto?

Es un poco complicado, si tomaría el reto, pero dependiendo de qué es lo que quieren hacer, porque en el momento que tú dices programa educativo, muchas veces se cae en un formato que aburre, y no necesariamente lo educativo tiene que ser aburrido, ejemplo yo he hecho mucho teatro infantil

durante muchos años, por ejemplo la obra de teatro que se llamaba "Abracadabra", que inclusive hice un programa similar cuando estuve en Sucre Tv, los sketches con contenido, por ejemplo hicimos un sketch que se llamaba los microbios, entonces resulta que es un niño que está jugando con una niña en la calle y se ensucian, entonces la mamá le dice al niño: "Ven lávate las manos que vas a comer" y el niño le responde : " no" y empieza a correr, los chicos se reían y el niño no entró a lavarse las manos y se queda dormido, entonces le aparecen los microbios, que eran otros actores con máscaras, disfrazados, con sonido , una serie de cosas, entonces lo perseguían los microbios, porque no se bañaba, y cuando él se despertaba le decía a la mamá, lávame las manos porque no quiero que me coman. Ya está el contenido, ya está el asunto y es súper divertido, pero si tú vas a sentarte, a decirle "bueno hay que tener cuidado al lavarse las manos porque si no los microbios...", te cambian de canal porque no tiene nada de divertido.

Como consejo les digo, los niños saben lo que es bueno y es malo, quién es malo y quién es bueno, en todas las historietas para niños, inclusive nosotros como grandes, en toda historieta tiene que haber un malo, si no hay el malo como sabemos qué es lo bueno, yo tenía dentro de la obra "Abracadabra" otro sketch que se llamaba "El Brujito Gulubú" y el tema hablaba de cómo ser solidario, era un barrio , que va a concursar por el "Barrio más lindo" entonces todos los del barrio se ponen a limpiar, a barrer y comienzan a pintar, colaboran todos, pero hay este brujito, este ser, que no le gusta la limpieza, no le gusta el orden, entonces les desordena todo, les daña todo ,se acusan entre ellos y hay una serie de conflictos hasta que descubren que es él y lo comienzan a perseguir, y los niños se vuelven locos porque ven este personaje.

Mi grupo de teatro ganó el primer premio ahora en el festival de Municipio, porque llevamos una obra de teatro sobre el estero salado, sobre cómo hay

que cuidar al estero salado y como era la obra , resulta que el estero salado estaba bien bonito y lindo, y vive ahí la garza, la jaiba y el manglar , esos tres personajes, de pronto llega una familia a vivir y arman una casa y comienzan a botar basura al estero , ellos comienzan a morir y de la basura comienzan hacer la contaminación que es otro personaje, que los molesta, que los ensucia que los persigue y los enferma, hasta que deciden entre todos irse en contra de la contaminación limpiando el estero, se ve como los niños gritan porque el personaje malo se burla de los niños y los niños se van en contra de él, inclusive el malo para niños tiene que ser un malo divertido, que es complicado hacer, ahí es cuando la parte didáctica va dentro de toda la situación, el mensaje va.

¿Qué personajes hacer?

Eso es lo complicado en este tipo de cosas, porque siempre vas a tener temas diferentes y para cada tema diferente son personajes diferentes, disfraces diferentes y ahí está el problema, a no ser que sean dos o tres personajes claves y siempre el malo sea diferente, o sea si tú le hablas a un niño de la contaminación, para un niño la contaminación es algo etéreo, no tiene forma, nosotros le tenemos que dar forma a ese personaje.

Una vez hicimos nosotros algo sobre la importancia de lactancia materna, y allí salía la enfermedad por ejemplo, que porque la mamá no le dio el pecho al niño, aparecía esta enfermedad que quería robársele al niño a la mamá y todo el mundo defendiendo hasta que ella se da cuenta lo importante dar de lactar. Siempre tiene que ver los buenos y los malos, si no hay eso ustedes no van a llegar.

¿Qué temáticas nos recomienda tocar?

La temática es muy diversa, sobre valores dentro de los cuales está el compañerismo, la amabilidad, no hablen de la buena educación porque es tu concepto mi concepto, no es el mismo concepto de todo el mundo, todos somos educados de alguna manera, entonces es muy confuso eso, pero hay cosas generales, por ejemplo no jugar con las camaretas y boom al tipo le revienta la mano, eso funcionaba, pero eso de que un tipo se sienta a decir que se reventó la mano, nadie le paro, yo escuche y vi una sombra que hablaba. Yo no he visto nada.

Y los gráficos, entonces eso. O por ejemplo otro tema los incendios, el cuidado de las plantas, el cuidado de los animales, hay una gran cantidad de temas para niños que se pueden hacer, y lindos temas. Gran cantidad pero tienen que tener y siempre tiene que un conflicto y pasado, algo fuerte que lo lleve a reflexión sino no sirve, la historia tiene que llevar vamos a suponer, un niño que no cuida bien a su perro, que lo pega, y el perro un día de tanto maltrato, lo mordió. Ay me mordió el perro, ah porque lo maltrataste y que alguien dice si los perros son cualquier animal dale una patada, siempre el bueno, el malo, que suceda algo y después de que sucede, (.....) nos están diciendo no hagas eso, y lo hacen hasta cuando te jodiste, ahí recién ves que era verdad lo que me decían, por gusto me lo decían. Pero no lo vuelvo a hacer.

¿Qué formato usted cree, pero bajo cual usted recomienda, que llega más a los niños?

Yo creo que tiene que ser, programas con estos cortos, claro que tiene que haber por ejemplo un par de niños animadores o chicos animando, jóvenes pero que tengan un personaje, algo que les llame la atención que les suponte tu a mí en lo personal si me llama la atención ART ATTACK, el tipo lo maneja muy bien y los colores y los colores y la escenografía, el tipo salta brinca se

mueve habla y dice como pintar y toda la cuestión, pero eso te funciona dos minutos. Segmento, oye sabes que le paso a pepito. El personaje central de todas las escenas puede ser pepito, pepito se ha metido en un problema, quieren ver que paso a pepito. Y presentan a pepito no cuido a su mascota, Pepito produjo un incendio y el fuego puede ser un personaje, y verán que eso funciona, yo le digo porque yo veo discúlpeme que lo diga, pero yo un programa que hace ECUADOR TV, no sé qué programa es, es toda la escenografía una cosa blanca así sin color, y unos jóvenes sentados, hablando todo el tiempo, así no funciona, EDUCA. No funciona. Puede pluricultural, incluso porque hay un niño en silla de ruedas, me parece perfecto pero el tema de incluir puede ser un tema que puede hacer un sketch que puede ser cortito bien hecho, yo vi un capitulo en el que hablaban de la historia del teatro, yo que sé de teatro, era una cosa de hablaban y ponían de gráficos, yo cambie, y la escenas que ustedes hagan tienen ser mucha chispa mucho movimiento, mucha cosa, porque si no te cambian, y los pelados de ahora son mucho más rápido, mi generación veía televisión, y nosotros veíamos el corre caminos, el bugs bunny, cosas de esas así. Si lo ven ahora es lento, pero nos gustaba porque no había otra cosa que ver pero un chico de ahora puede tener 4 ventanas en la computadora abierta, y las cuatro las ve y la cuatro las ve muy bien, es más yo me acuerdo que yo veía los videos musicales, yo era... que pasa ahí, ahí pasa esto, y tú te quedas woow eso es lo que hay que hacer, por eso es que yo soy flojísimo, todo es magia, absurdo, así.

GRUPO FOCAL NIÑOS

NIÑOS DEL JARDÍN SAUCES 5 DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA –
NIÑOS: JOSÉ ROBERTO – AYLIN –ALESSIA – CAMILA- ARIEL- ANTONY.

¿Cuáles son los programas que más ven? Y ¿cuál es el dibujo animado que se sienten identificados?

Los Vengadores, Pecezuelos, Peppa Pig, Piratas del caribe, las princesas.

Sobre El Combo Amarillo

Si he visto. En el combo hay todo de los personajes y te hace reír. El gordo es el personaje que más le gusta.

Sobre la serie Secretarias

Se trata de una telenovela. Las secretarias son episodios que ven las tías y los abuelos.

Sobre la serie Así Pasa

A mí me gusta ver esa serie cuando me voy a dormir.

¿Les gustaría ser parte de un programa de televisión, donde van a aprender, jugar y divertirse? ¿Cuáles son los temas que les gustaría aprender?

- Si. Para aprender a pintar
- Jugar
- cantando

GRUPO FOCAL PADRES DE FAMILIA

Tres madres de familia:

Paola Macías, María Alvarado, Susy Ronquillo

Programas más vistos

- Ben 10
- Dragon Ball z
- Chavo del 8
- La guerrera
- Combate
- Zoy 101
- Caso Cerrado

Opinión de la programación nacional

- Pésima no tiene programas constructivos para los niños
- Es mala la programación porque hay mucho espectáculo
- No es tan buena porque hay mucha Farándula y Realitys.

Les gustaría que se haga un programa infantil

- Por su puesto, eran programas que tenían buenos contenidos para los niños, había incluso programas como Tiko Tiko enseñaban porque tenían un mensaje para los niños. Aprendías con canciones los números, las letras.
- Si me gustaría
- Si me gustaría

Porque creen que este tipo de programas ya no se producen en el país

- Quizás para las personas o canales no eran representativos porque quizás no tenían auspiciantes o porque su contenido no eran bueno. No era bueno para ellos pero para nosotros los padres sí lo era.

Lo que ven- Que es lo que usted cree que su hijo ve

- Novelas, shows, la farándula cosas que en realidad no tienen mayor aporte para su formación y educación
- Lo de las peleas, novelas.
- Mi hija ve dibujos animados.

Cuanto tiempo su hijo ve televisión

- Casi 6 horas los fines de semana
- 4 horas
- 5-6 horas
- 5 horas

Hasta que hora su niño ve tv

- Hasta las 10 de la noche
- Hasta las 11 de la noche
- Hasta las 9

Usted permite que sus hijos vean programas que no estén dirigidos para ellos

- Si porque es lo único que tienen para ver o sino ellos están con nosotros y les toca ver lo que nosotros vemos.
- Si permite

Sobre las restricciones de contenidos

- Si pero no se cumple definitivamente, tú ves a las 4 de la tarde una novela que tiene contenido inadecuado para los niños pero igual la transmiten.
- No se cumple
- Los medios no cumplen

Análisis de los programas más vistos

Programa: Combo Amarillo	
Canal de Televisión: Ecuavisa	
Horario: 19:00 - 19:30	
Fecha de observación: Lunes 1 de Diciembre	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	medio, cuerpo entero, plano americano, paneo de abajo hacia arriba, general, primer plano, plano en profundidad
Ritmo de la edición	analítico
Colores que predominan	combinación entre colores cálidos y fríos
Fondos que predominan	Interiores: casa y empresa
Tipo de música	incidental y tema musical del programa
Contenido:	
Temáticas que predominan	problemas personales y discusiones
Lenguaje de los actores	coloquial, informal
Vestimenta de los actores	vestimenta informal de extracto medio bajo
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	Durante todo el capítulo fue la misma vestimenta, varía muy poco
Marcas que se anuncian	Promo novelas, Noticias, La Ganga, Movistar, mensajea, Como en Tv, prefectura del guayas, Café Oro.
Comerciales dirigidos a niños	ciccio belo
Palabras con contenido fuerte	no hubo
jerga particular	bacanchichimo, muergano, mamerto, mi lon, mi yunta

Programa: Así pasa	
Canal de Televisión: Ecuavisa	
Horario: 19:30- 20:00	
Fecha de observación: Lunes 1 de Diciembre	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	medio, general, americano,

Ritmo de la edición	analítico, numerosos planos cortos
Colores que predominan	colores cálidos
Fondos que predominan	Interiores: oficina y departamento
Tipo de música	tema musical del programa, acompañamiento, efectos,
Contenido:	
Temáticas que predominan	doble sentido, discusiones entre los personajes
Lenguaje de los actores	coloquial, palabras representativas de la cultura indígena,
Vestimenta de los actores	estampados, vestimenta indígena, informal y formal
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	varió dos veces en algunos personajes
Marcas que se anuncian	Mi panadería, Cnt, Promo Novela, Película, Concierto, Mensajea, Totto, Banco Guayaquil, Avances Noticiero, Artefacta, CLaro
Comerciales dirigidos a niños	no hubo
Palabras con contenido fuerte	no hubo
jerga particular	no montes la de patán,

Programa: Estas secretarias	
Canal de Televisión: TC	
Horario: 20:00 - 21:00	
Fecha de observación: Lunes 1 de Diciembre “ El regreso de Luis”	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	General, medio, plano americano, primer plano, contra planos
Ritmo de la edición	Analítico
Colores que predominan	combinación entre colores cálidos y fríos
Fondos que predominan	Interiores: Departamento y empresa
Tipo de música	incidental
Contenido:	
Temáticas que predominan	problemas personales, amorosos y discusiones
Lenguaje de los actores	coloquial, informal,

Vestimenta de los actores	vestimenta formal, poca informal
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	Se mantiene durante el capitulo
Marcas que se anuncian	Gobierno, novelas, De Prati, Nivea, Olimpia, Margarina Girasol, Facundo, Asepxia, Yambal, Tía, Riocentro Shopping, Prefectura Los Rios, Créditos Económicos, Pastillas para bajar de peso, Loteria Nacional, Frito lay, Tía, Pycca, , Clorox, Dove, Paseo Shopping, Queso Kiosko, Pingüino, Banco Bolivariano, IESS, Banco Guayaquil, Nosotras, Mall El Fortín,
Comerciales dirigidos a niños	
Palabras con contenido fuerte	
jerga particular	Brother, mi pana, que tiro

Programa: El Combo Amarillo	
Canal de Televisión: Ecuavisa	
Horario: 19:00 - 19:30	
Fecha de observación: Martes 2 de Diciembre	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	medios, americano, general, primer plano,
Ritmo de la edición	Analítico
Colores que predominan	cálidos
Fondos que predominan	interiores: oficina y departamento
Tipo de música	efectos, incidental
Contenido:	
Temáticas que predominan	discusiones por mal entendido entre los personajes
Lenguaje de los actores	coloquial y uso de ciertas expresiones de su entorno social (medio bajo)
Vestimenta de los actores	informal
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	la misma vestimenta durante todo el capítulo

Marcas que se anuncian	Promo nuevo reality (soy el artista), Noticias, La Ganga, movistar, Como en Tv, Prefectura del Guayas, Café Oro, Avon, Nestle
Comerciales dirigidos a niños	no hubo
Palabras con contenido fuerte	mensa,
jerga particular	un par de, muerganos, papasito santo, mi lon, dejate de movida, tsss, oe,

Programa: Así pasa	
Canal de Televisión: Ecuavisa	
Horario: 19:30 - 20:00	
Fecha de observación: Martes 2 de Diciembre	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	plano medio, general, americano, primer plano,
Ritmo de la edición	Analítico
Colores que predominan	combinación de colores cálidos y frios
Fondos que predominan	Interiores: departamento, oficina funeraria, pasillo edificio. Exterior: calle y tienda
Tipo de música	efectos, incidental
Contenido:	
Temáticas que predominan	drama, amores, discusiones y enfrentamiento
Lenguaje de los actores	coloquial y palabras que representan a la cultura indígena
Vestimenta de los actores	vestimenta de personas de estrato social medio, uniformes, informal, vestimenta indígena
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	durante todo el programa se presenta la misma vestimenta
Marcas que se anuncian	Deja, Claro, Mi panadería, Promo novela, Mensajea, Banco Guayaquil, Avances noticiero, Artefacta, Cnt, Marriot, Promo del canal
Comerciales dirigidos a niños	no hubo
Palabras con contenido fuerte	no hubo
jerga particular	no hubo

Programa: Estas secretarias	
Canal de Televisión: TC	
Horario: 20:00 - 21:00	
Fecha de observación: Martes 2 de Diciembre	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	General, medio, plano americano, primer plano
Ritmo de la edición	analítico
Colores que predominan	combinación entre colores cálidos y fríos
Fondos que predominan	Interiores: Departamento, casa y empresa
Tipo de música	incidental y tema musical del programa
Contenido:	
Temáticas que predominan	problemas amorosos y discusiones
Lenguaje de los actores	coloquial, informal
Vestimenta de los actores	vestimenta formal del trabajo
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	Se mantiene durante el capitulo
Marcas que se anuncian	Novelas, Comandato, Facundo, Lomecan(zona intima), Mall el Fortín, Gobierno, Payless, Gatorade, Mi comisariato, Loteria, Olimpia limpiador, Nivea, Riocentro, Nestle, Para adelgazar, Prefectura Los Rios, Creditos Economicos, Pulp, Nosotras, Paseo Shopping, Queso kiosko, Yambal, Clrox, Movistar,
Comerciales dirigidos a niños	Pulp,
Palabras con contenido fuerte	
jerga particular	Movida, que tiro, mi pana,
OBSERVACIÓN	Promoción de productos en programa y programas en generadores

Programa: Combo Amarillo	
Canal de Televisión: Ecuavisa	
Horario: 19:00 - 19:30	
Fecha de observación: Miércoles 3 de Diciembre	

A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	medio, cuerpo entero, plano americano, general, primer plano, plano en profundidad, primer primerísimo plano
Movimientos de cámara	Zoom in, paneo
Colores que predominan	predominan los colores amarillo, azul, morado, rojo
Fondos que predominan	restaurant, empresa,
Tipo de música	incidental, temas musicales, efectos
Contenido:	
Temáticas que predominan	situaciones que se presentan en barrios de extracto social medio bajo
Lenguaje de los actores	coloquial y modismos
Vestimenta de los actores	vestimenta informal y colorida
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	solo hubo un cambio de vestimenta
Marcas que se anuncian	La Vaquita, Promo novela, Promo canal, Noticias, Movistar, mensajea, La Ganga, Gobierno, Sinarin, cadena impuesta por la secretaria de comunicación (Ministerio de Industrias), Avon, Prefectura del Guayas
Comerciales dirigidos a niños	no hubo
Palabras con contenido fuerte	no hubo
jerga particular	hasta las cachas, ya tu sabe quién ma', bacanchichimo, suave mi gordo, muergano, vesa nota

Programa: Así pasa	
Canal de Televisión: Ecuavisa	
Horario: 19:30- 20:00	
Fecha de observación: Miércoles 3 de Diciembre	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida – B	
Lenguaje audiovisual:	

Planos	medio, general, americano, distintas tomas de diferentes ángulos,
Movimientos de cámara	Zoom out, paneo
Ritmo de la edición	analítico, numerosos planos cortos
Colores que predominan	colores fríos y cálidos
Fondos que predominan	viviendas, calles
Tipo de música	Incidental y efectos especiales
Contenido:	
Temáticas que predominan	distintas situaciones que se generan en un barrio donde hay personas de toda clase social, discusiones, chistes en doble sentido
Lenguaje de los actores	informal y coloquial
Vestimenta de los actores	Uniforme de empresa, semiformal, vestimenta indígena, informal.
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	misma vestimenta durante todo el capítulo
Marcas que se anuncian	Promo del canal, Promo novela, Claro, Artefacta, Ciccio belo, Mensajea, Ferrisariato, Mi panadería, Deja, Puerto limpio, Banco Guayaquil, Marriot, Cnt, Súper Éxito
Comerciales dirigidos a niños	Ciccio belo
Palabras con contenido fuerte	no hubo
jerga particular	no hubo

Programa: Combo Amarillo	
Canal de Televisión: Ecuavisa	
Horario: 19:00 - 19:30	
Fecha de observación: Jueves 4 de Diciembre	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	primer plano, medio plano, plano general en profundidad, plano general
Ritmo de la edición	analítico, numerosos planos cortos
Colores que predominan	rojo, azul pero el color principal es el amarillo, café
Fondos que predominan	oficina, casa, restaurant
Tipo de música	Música de la serie, efectos especiales (aplausos, abucheos, etc.)
Contenido:	
Temáticas que predominan	discusiones entre los personajes principales
Lenguaje de los actores	coloquial e informal
Vestimenta de los actores	ropa informal
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	dos cambios de vestuario
Marcas que se anuncian	Movistar, Promo de película navideña, Promo novela, Ciccio Belo, Mensajea, Promo avance noticias, Promo película, Promo nuevo reality (soy el artista), Avon, Nestle, Simarin
Comerciales dirigidos a niños	ciccio bello, Nestle
Palabras con contenido fuerte	no hubo
jerga particular	papasito santo, ya tu sabe quién ma' , lon,

Programa: Así pasa	
Canal de Televisión: Ecuavisa	
Horario: 19:30- 20:00	
Fecha de observación: Jueves 4 de Diciembre	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida – B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	primer plano, plano americano, plano general, medio plano
Ritmo de la edición	analítico, numerosos planos cortos
Colores que predominan	los colores del set de grabación rojo, naranja, verde,
Fondos que predominan	fondo funeraria, oficina, departamento, fondo cafetería
Tipo de música	efectos especiales y música incidental
Contenido:	
Temáticas que predominan	temas en doble sentido
Lenguaje de los actores	informal y coloquial
Vestimenta de los actores	semiformal, uniformes de empresas, vestimenta indígena, ropa informal y colorida
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	hubo un solo tipo de vestimenta durante todo el capítulo
Marcas que se anuncian	Promo película, Nivea, Prefectura de Azuay, Tutto, Marcimex, Mensajea, Banco Guayaquil, Claro, Mall del Sol, Artefacta, Marriot, Promo canal.
Comerciales dirigidos a niños	Tutto ,
Palabras con contenido fuerte	no hubo
jerga particular	no hubo

Programa: Estas secretarias	
Canal de Televisión: TC	
Horario: 20:00 - 21:00	
Fecha de observación: Jueves 4 de Diciembre “La verdadera identidad de Vidal”	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	

Lenguaje audiovisual:	
Planos	General, medio, plano americano, primer plano
Ritmo de la edición	analítico
Colores que predominan	combinación entre colores cálidos y fríos
Fondos que predominan	Interiores: Departamento, Hospital y empresa exteriores oficina
Tipo de música	incidental
Contenido:	
Temáticas que predominan	problemas personales, amorosos y discusiones
Lenguaje de los actores	coloquial, informal
Vestimenta de los actores	vestimenta informal y formal de trabajo
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	Se mantiene durante el capítulo
Marcas que se anuncian	Gobierno, payless, Paseo Shopping, Cnt, Pulp, Asepxia, Pañalin, Pycca, Payless, Mall El Fortín, Programas del canal, Facundo, Perla Sorf, Mi Comisariato, Yanbal, Nikzon hemorroides, Olimpia, Créditos Económicos, Riocentro, Comandato, Queso Kiosko, Aki, Movistar,
Comerciales dirigidos a niños	Pulp, pycca (promoción de juguetes para niños,
Palabras con contenido fuerte	
jerga particular	Ya sabe mi pana, mishi

Programa: Combo Amarillo	
Canal de Televisión: Ecuavisa	
Horario: 19:00 - 19:30	
Fecha de observación: Viernes 5 de Diciembre	
A que público está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	general, medio, medio corto, americano
Ritmo de la edición	analítica
Colores que predominan	combinación colores cálidos y fríos
Fondos que predominan	interiores: sala, oficina, salón de fiesta, bar, garaje del combo
Tipo de música	efectos y canción de la serie de fondo

Contenido:	
Temáticas que predominan	Discusiones entre los personajes principales, golpes y maltratos.
Lenguaje de los actores	coloquial e informal
Vestimenta de los actores	ropa informal
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	un cambio de vestimenta de dos personajes
Marcas que se anuncian	Movistar, Promo de película navideña, Promo novela, Mensajea, Promo avance noticias, Avon, Promo nuevo reality (soy el artista), Avon, Como en Tv
Comerciales dirigidos a niños	Nestle
Palabras con contenido fuerte	infeliz, te voy a matar
jerga particular	ay papaito, mi pal, mi goldo, mi lon.

Nombre del programa: Así pasa	
Horario: 19:30- 20:00	
Fecha de observación: Viernes 5 de Diciembre	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	primer plano, plano americano, plano general, medio plano
Ritmo de la edición	analítico
Colores que predominan	los colores del set de grabación rojo, naranja, verde,
Fondos que predominan	funeraria, oficina, departamento, tienda y bar
Tipo de música	efectos especiales y música incidental
Contenido:	
Temáticas que predominan	tema amoroso y discusiones
Lenguaje de los actores	coloquial y uso de palabras de la cultura indígena y guayacos
Vestimenta de los actores	semiformal, uniformes de empresas, vestimenta indígena, ropa informal y colorida
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	hubo un solo tipo de vestimenta durante todo el capítulo

Marcas que se anuncian	Claro, promo pelicula, Nivea, Movistar, Totto, Marcimex, Mensajea, Banco Guayaquil, Artefacta, Promo novela, Como en Tv, Marriot.
Comerciales dirigidos a niños	no hubo
Palabras con contenido fuerte	no hubo
jerga particular	no hubo

Programa: Estas secretarias	
Canal de Televisión: TC	
Horario: 20:00 - 21:00	
Fecha de observación: Viernes 5 de Diciembre (Tema: Bang Bang Luis)	
A que publico está dirigido: Horario de responsabilidad compartida - B	
Lenguaje audiovisual:	
Planos	General, medio, plano americano, primer plano
Ritmo de la edición	analítico
Colores que predominan	combinación entre colores cálidos y fríos
Fondos que predominan	Interiores: Departamento y empresa, hospital , Exterior: calle
Tipo de música	incidental y tema musical del programa
Contenido:	
Temáticas que predominan	Violencia (11:30), Secuestros
Lenguaje de los actores	coloquial, informal,
Vestimenta de los actores	vestimenta informal, Formal
Frecuencia del mismo tipo de vestimenta	Se mantiene durante el capitulo
Marcas que se anuncian	Cnt Movil, Nivea, Deja, Comandato, Payless, Comerciales De Gobierno, Mall El Fortin, Saridon, Pingüino, Bankard Banco Bolivariano, Ruffles, Perlasoft, Tricomo Plus, Clorox, Lomecan, Créditos Económicos, Asamblea Nacional, Pycca, Facundo, Surf, Movistar,
Comerciales dirigidos a niños	
Palabras con contenido fuerte	Miserable (14.04) , Infeliz (16,28)
jerga particular	Mi pana luis, vichihue, 15,38, loco , esta movida, batracio, 26:00 , Billuzo,

Libreto:

Control: Intro El Club de Doggy

Control: Música de fondo.

Bloque #1

Presentadora: Saludo y bienvenida (Inicio del programa)

Control: Video con un extracto de 3 segmentos

Presentadora: Comentarios sobre lo que tendremos durante el programa. Y da paso a Doggy

Doggy: Saludo de Doggy. Presentación de niños y niñas invitados

Presentadora: Comenzamos, Interacción con los Pekis sobre lo se realizará en el segmento manuarate.

Doggy: Paso al segmento.

Control: Colilla ManuArte

Presentadora: Interacción continúa durante la realización de la manualidad junto a las niñas.

Doggy: Ayuda a las niñas a pintar.

Control: Curiosologo

Doggy: ¿Sabían que Quito la capital de nuestro país está en la mitad del mundo? Esto hace que esta ciudad y nuestro país sea único.

Salida a corte con música de fondo.

Bloque #2

Control: Música de fondo.

Presentadora: Presentación de segmento en forma junto a niños

Control: Colilla En forma

Control: Música de fondo.

Presentadora: (Interacción con los niños)

Doggy: Demostración de cómo realizar el juego
Niños: Inicio de competencia
Presentadora: Unir a niños y niñas y entrega de premios

Interacción en vivo con la presentadora, Doggy y los niños
Salida a corte con música de fondo.

Bloque #3

Control: Curiosologo

Doggy: Pekis sabían que Ecuador resalta en el mundo por protección a la naturaleza y biodiversidad, por las islas Galápagos ecuatorianas, hoy nombradas Patrimonio Natural de la Humanidad por la UNESCO.

Control: Colilla Tema del día (45SEG)

Control: Música de fondo.

Presentadora: Tía Yamel con niño inicia segmento el tema del día.
Doggy: Entra a escena con una niña
Presentadora: Pregunta a Doggy cuál es el tema del día
Doggy: La caballeridad
Presentadora: Pregunta a los niños sobre la caballeridad

Conversan Doggy, Presentadora y niños sobre el tema del día.

Presentadora: Reflexión y anuncio sobre que es el segmento

Control: Colilla Reporteritos

Control: Música de fondo.

Doggy: Regresamos con el segmento que más me gusta.
Presentadora: Si Doggy pero porque te gusta
Doggy: Porque me encanta ver como uno de mis Pekis nos enseña cosas muy interesantes.

Paso a la nota del segmento

CONTROL: Paso de Nota Reporteritos

Control: Colilla Curiosologo

Doggy: ¿Sabían que el papagayo de Guayaquil es el ave símbolo natural de la ciudad? Estas especies habitan en los bosques húmedos tropicales y secos del Litoral ecuatoriano.

Control: Colilla Manos en la masa

Control: Música de fondo.

Presentadora: Este es el segmento que más me gusta.

Doggy: Rico y yo siempre ando con hambre

Presentadora: Si Doggy veamos la nota

Paso a la nota del segmento

CONTROL: Paso de Nota Manos en la masa

Presentadora: Doggy hoy hemos aprendido muchas cosas nuevas que espero pongan en práctica, pero es momento de despedirnos, pero no sin antes mostrarles un resumen de todo lo enseñado.

Doggy: Triste

Interacción Doggy, Presentadora y niños sobre el programa

Despedida en grupo

Control: canción de despedida

Colilla de salida

Ranking - Resultados

Región: Quito, Guayaquil
 Targets: Hom-Muj 3-11 y Total(U:843608.0/C:347)
 Target base:
 Periodo: 01/11/2014-30/11/2014

	Grupo	Canal	Género	Tema	Periodo	Días	Emisiones	Inicio	Final	Duración P.	Rating	Miles	Share
1	LARGOMETRAJE INFANTIL XI	Tc Televisión	LARGOMETRAJE	ENREDADOS	03/11/2014	L	1	18:16	19:59	104	6,5	55	32,8
2	CINE MAGICO (S-D)	Tc Televisión	LARGOMETRAJE		01/11/2014...29/11/2014	S	5	19:58	22:12	112	6,1	51	31,1
3	LARGOMETRAJE (TC) II	Tc Televisión	LARGOMETRAJE	LAS CRONICAS DE NARNIA EL LEON LA BRUJA	03/11/2014	L	1	20:12	22:39	148	5,8	48,9	28,5
4	LARGOMETRAJE (TC) III	Tc Televisión	LARGOMETRAJE	SCARY MOVIE IV	03/11/2014	L	1	22:40	00:05	86	5,7	48	48,2
5	FANTASILANDIA I (S-D)	Ecuador TV	INFANTIL	ALICIA EN EL PAIS DE LAS MARAVILLAS/ALIC	23/11/2014	D	1	11:39	12:29	51	5,6	47,3	38,1
6	FUTBOL(CN): BARCELONA-MANTA	Tc Televisión	DEPORTIVO		05/11/2014	W	1	19:12	21:04	113	5,1	42,7	21,9
7	ASI PASA 2T	Ecuavisa	SERIE		03/11/2014...28/11/2014	LMWJV	20	19:20	20:14	25	4,9	41	24
8	LARGOMETRAJE INFANTIL I	Tc Televisión	INFANTIL	BARBIE Y LA MAGIA DE PEGASO	03/11/2014	L	1	10:22	11:43	82	4,9	41	34,2
9	ECUADOR TIENE TALENTO 3T (S-D)	Ecuavisa	CONCURSO/ENTRET		02/11/2014...30/11/2014	D	5	19:55	22:35	153	4,7	39,7	25,9
10	KID VS. KAT II (S-D)	Ecuador TV	INFANTIL	QUIERO SER COMO BURTONBERGER	23/11/2014	D	1	10:52	11:02	11	4,6	38,7	39,1
11	LAS AVENTURAS DE OSOS GOMI(SD)	Tc Televisión	INFANTIL		01/11/2014...30/11/2014	SD	9	07:56	09:01	34	4,5	38	37,3
12	EL COMBO AMARILLO V T.	Ecuavisa	SERIE		03/11/2014...28/11/2014	LMWJV	20	18:48	19:33	30	4,5	37,7	23,3
13	ESTAS SECRETARIAS	Tc Televisión	SERIE		04/11/2014...28/11/2014	LMWJV	18	19:59	21:14	55	4,5	38,4	20,5
14	APUESTO POR TI (S-D)	Tc Televisión	CONCURSO/ENTRET		02/11/2014...30/11/2014	D	5	19:44	22:06	135	4,5	38,4	24,1
15	PHINEAS Y FERB III (S-D)	Tc Televisión	INFANTIL		01/11/2014...29/11/2014	S	5	18:59	20:36	62	4,5	38,1	27,4
16	LARGOMETRAJE (TC) VI	Tc Televisión	LARGOMETRAJE	THE PACIFIER	03/11/2014	L	1	16:36	18:15	100	4,4	36,9	23
17	JOHNNY TEST I (S-D)	Ecuador TV	INFANTIL	JOHNNY CONTRA LOS GATOS ESPACIALES/CAT S	16/11/2014	D	1	11:45	11:56	12	4,4	37,5	38,2
18	FLASH INFORMATIVO (S-D)	Tc Televisión	AVANCE NOTICIA	ACCIDENTE EN CARRETERA ALLOAG	08/11/2014	S	1	12:30	12:32	3	4,3	36,6	32,7
19	LARGOMETRAJE INFANTIL II	Tc Televisión	INFANTIL	BARBIE ISLAND PRINCESS	03/11/2014	L	1	11:44	13:11	88	4	33,4	27,8
20	LILO Y STITCH (S-D)	Ecuador TV	INFANTIL		02/11/2014...30/11/2014	D	4	10:35	11:38	25	3,8	31,8	30,7
21	ENLACE NACIONAL	Tc Televisión	POLITICO		03/11/2014...28/11/2014	LWV	8	18:35	20:50	9	3,8	32,1	18,2
22	LOS JUEGOS EN LA TIERRA DE HAD	Tc Televisión	INFANTIL	LOS JUEGOS EN LA TIERRA DE LAS HADAS	03/11/2014	L	1	09:50	10:21	32	3,6	30,4	25,5
23	ATREVIDOS	Tc Televisión	CONCURSO/ENTRET		04/11/2014...28/11/2014	LMWJV	19	21:00	23:21	117	3,6	30,3	19,1
24	TNV. RASTROS DE MENTIRAS	Ecuavisa	TELENOVELA		03/11/2014...28/11/2014	LMWJV	19	20:45	22:06	62	3,5	29,2	15,6
25	MAX DINOTERRA (S-D)	Teleamazonas	SERIE		08/11/2014...29/11/2014	S	4	11:48	12:21	28	3,5	29,2	27,5
26	LARGOMETRAJE INFANTIL	Tc Televisión	INFANTIL	TINKER BELL Y EL TESORO PERDIDO	03/11/2014	L	1	08:30	09:49	80	3,5	29,7	27,4
27	LARGOMETRAJE INFANTIL III	Tc Televisión	INFANTIL	TREASURE PLANET	03/11/2014	L	1	13:12	14:53	102	3,4	28,4	25,9
28	SPIDERMAN I (S-D)	Ecuador TV	INFANTIL	EL SATELITE MESIAS/SAVE THE GUARDSTAR	16/11/2014	D	1	11:57	12:29	33	3,4	28,5	30,6
29	COMBATE	RTS	CONCURSO/ENTRET		03/11/2014...28/11/2014	LMWJV	20	19:56	22:11	103	3,4	29	15,6
30	ENLACE NACIONAL	RTS	POLITICO		03/11/2014...28/11/2014	LWV	8	19:57	20:52	9	3,3	27,5	15,4
31	THE AMAZING RACE ECUADOR (S-D)	Tc Televisión	CONCURSO/ENTRET		02/11/2014...30/11/2014	D	5	21:52	23:14	66	3,3	27,9	24,8
32	TIMMY Y SUS AMIGOS (S-D)	Ecuador TV	INFANTIL		02/11/2014...09/11/2014	D	2	16:51	17:05	11	3,3	27,9	26
33	LARGOMETRAJE (TC) V	Tc Televisión	LARGOMETRAJE	HERBIE FULLY LOADED	03/11/2014	L	1	14:54	16:35	102	3,2	27,3	20,8
34	EXPRESARTE (S-D)	Tc Televisión	ESPECIALIZADO		01/11/2014...29/11/2014	S	5	09:00	09:59	55	3,2	26,7	28,1
35	ENLACE NACIONAL	Ecuavisa	POLITICO		03/11/2014...28/11/2014	LWV	8	19:59	20:50	9	3,2	26,9	15
36	EL COMBO AMARILLO IV T.(R)(S-D)	Ecuavisa	SERIE		02/11/2014...23/11/2014	D	4	19:29	20:00	26	3,2	27	17,2
37	TNV. EN OTRA PIEL	Ecuavisa	TELENOVELA		03/11/2014...28/11/2014	LMWJV	17	21:46	23:11	57	3,2	26,8	18,2
38	MARSUPILAMI (S-D)	Ecuador TV	INFANTIL	PIDE LO QUE QUIERES TUCAN	16/11/2014	D	1	11:15	11:44	30	3,1	26,2	30,9
39	LARGOMETRAJE (S-D)	Ecuavisa	LARGOMETRAJE		09/11/2014...30/11/2014	D	3	17:03	19:01	108	3,1	26	20,9
40	EL COMBO AMARILLO II T.(R)(S-D)	Ecuavisa	SERIE	LA VECINDAD DEL COMBO	30/11/2014	D	1	19:31	19:58	28	3,1	26,2	17

41	TELEVISTAZO III	Ecuavisa	NOTICIERO		03/11/2014...28/11/2014	LMWJV	20	19:59	21:04	46	3	25,3	13,6
42	TELEVISTAZO (S-D)	Ecuavisa	NOTICIERO		02/11/2014...30/11/2014	D	5	18:59	19:34	30	3	25,6	17,9
43	RECREO DISNEY I (S-D)	Tc Televisión	INFANTIL		08/11/2014...22/11/2014	S	3	12:19	13:18	40	3	25,5	23,2
44	TNV. LA GATA	Gama	TELENOVELA		03/11/2014...28/11/2014	LMWJV	20	15:53	17:16	60	2,9	24,9	19,3
45	AMERICA CELEBRA A CHESPIR(R)(D)	Gama	ESPECIALIZADO		30/11/2014	D	1	15:39	18:29	81	2,9	24,4	22,3
46	SUPERNICK (S-D)	Teleamazonas	INFANTIL		01/11/2014...29/11/2014	S	5	09:46	12:20	121	2,9	24,3	21,2
47	TIMMY Y SUS AMIGOS I (S-D)	Ecuador TV	INFANTIL		09/11/2014...23/11/2014	D	2	10:43	11:12	10	2,9	24,4	25,3
48	COMO DICE EL DICHO I	Gama	SERIE		03/11/2014...28/11/2014	LMWJV	20	14:57	16:02	58	2,9	24,2	18,9
49	FUTBOL(CN): OLMEDO-BARCEL(SD)	Tc Televisión	DEPORTIVO		09/11/2014	D	1	12:02	13:56	115	2,8	23,4	23,4
50	FUTBOL(CN): IND.VALLE-BARCEL(D)	Gama	DEPORTIVO		01/11/2014	S	1	16:57	19:19	143	2,8	23,6	17,3

Presupuesto

Etapa		Cantidad	Costo Grabación	Costo Real	Empresas Auspiciantes	Observación
Producción						
	Estudio de grabación	1	\$ 1.000		UCSG Tv	Colaboración gratuita
	Cámaras	3	\$ 240		UCSG Tv	Colaboración gratuita
	Kit de luces	8	\$ 300		UCSG Tv	Colaboración gratuita
	Monitor	1	\$ 100		UCSG Tv	Colaboración gratuita
	Micrófonos	3	\$ 90		UCSG Tv	Colaboración gratuita
	Consola de audio	1	\$ 150		UCSG Tv	Colaboración gratuita
	Boom	1	\$ 50		UCSG Tv	Colaboración gratuita
Personal Creativo y técnico						
	Jefe de piso	1	\$ 1.000		UCSG	Colaboración gratuita
	Director	1	\$ 2.000		UCSG	Colaboración gratuita
	Talento	2	\$ 1.800		UCSG	Colaboración gratuita
	Camarógrafos	3	\$ 2.400		UCSG	Colaboración gratuita
	Sonidista	1	\$ 700	\$ 20	UCSG	
	Iluminador	1	\$ 800	\$ 20	UCSG	
	Productor general	1	\$ 1.600		UCSG	Colaboración gratuita
	Asistente de cámaras	1	\$ 700		UCSG	Colaboración gratuita
Escenografía						
	Utilería decorativa			\$ 160		
	Fondo de la escenografía		\$ 200		UCSG	Colaboración gratuita
Catering						
	Desayunos	25 Personas	\$ 90		La Palma	Colaboración gratuita
	Almuerzos	25 Personas	\$ 90	\$ 80	Chifa Asia	
Transporte						
	Transporte para talento	1 auto	\$ 50	\$ 35		
	Transporte para personal de producción	2 autos	\$ 50			Colaboración gratuita
Post producción						
	Editor	1	\$ 1.400			Colaboración gratuita
	Diseñador gráfico	1	\$ 1.200	\$ 100		
	Voz en OFF	1	\$ 800			Colaboración gratuita
Otros Colaboradores						
	Maquillador y Peinador	2	\$ 1.400	\$ 50		
	Vestuario	1	\$ 800			Colaboración gratuita
Total			\$ 19.010	\$ 465		

