



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“LOS PROGRAMAS INFANTILES EN LA TELEVISIÓN LOCAL.
ACTUALIDAD Y NECESIDAD”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del
Título de Licenciada en Comunicación Social.

Autora:

María Esthefanya Fernández Buri

Tutor:

Mg. Juan Pablo Toro Bravo


Latacunga- Ecuador

Noviembre 2017

DECLARACIÓN DE AUTORIA

“Yo Fernández Buri María Esthefanya declaro ser autor (a) del presente proyecto de investigación: **“LOS PROGRAMAS INFANTILES EN LA TELEVISIÓN LOCAL, ACTUALIDAD Y NECESIDAD”** siendo el Mg. Toro Bravo Juan Pablo tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de exclusiva responsabilidad.

.....

Fernández Buri María Esthefanya

050321208-6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Latacunga-Ecuador

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de tutor del trabajo de investigación sobre el título:

“LOS PROGRAMAS INFANTILES EN LA TELEVISIÓN LOCAL. ACTUALIDAD Y NECESIDAD”, de Fernández Buri María Esthefanya, postulante de la carrera de Comunicación Social, considero que dicho informe investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del tribunal de validación de Proyecto que el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Noviembre del 2017

Mg. Toro Bravo Juan Pablo

050234401-3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Latacunga-Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de tribunal de lectores, aprueban el presente informe de investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Humanas y Educación; por cuanto, la postulante Fernández Buri María Esthefanya: con el Título de Proyecto de Investigación: “**LOS PROGRAMAS INFANTILES EN LA TELEVISIÓN LOCAL. ACTUALIDAD Y NECESIDAD**”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Noviembre del 2017

Para Constancia firman:

Mg. Ricardo Ureña

C.C: 1754181699

LECTOR 1

Mg. Pablo Lomas

C.C: 050242229-8

LECTOR 2

Mg. Yessenia Cabrera

C.C: 1716336563

LECTOR 3

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento profundo a quienes formaron parte del desarrollo de esta investigación y a su vez aportaron con su valioso conocimiento a la misma, a la Universidad Técnica de Cotopaxi por la formación que brinda a sus estudiantes, a los docentes; que durante mi formación académica me brindaron las mejores enseñanzas, al Mg. Juan Pablo Toro, que con verdadera vocación ayudó a culminar el presente trabajo investigativo.

DEDICATORIA

Cada página de esta investigación es el reflejo del esfuerzo y empeño de las personas que han confiado en mí durante mi formación profesional.

A mi madre Ligia por ser mi guía, mi amiga, por el apoyo emocional y económico que siempre me brindó desde mis primeros pasos en la vida estudiantil. De ella aprendí que hay que luchar por lo que deseamos siendo perseverantes día a día. Alcanzar esta meta es el resultado del sacrificio, amor y empeño de mi madre.

ESTHEFANYA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

TÍTULO: “LOS PROGRAMAS INFANTILES EN LA TELEVISIÓN LOCAL. ACTUALIDAD Y NECESIDAD”

Autora: Fernández Buri María Esthefanya

RESUMEN

La finalidad del proyecto es conocer los distintos contextos en los cuáles los niños son ubicados desde el punto de vista de los medios de comunicación y la sociedad, analizar la influencia que tienen los programas de Élite Tv, el cuál transmite en sus distintos horarios algo para el público infantil, si estos satisfacen sus necesidades o hace falta que exista un nuevo segmento de programación dedicado para los niños, con contenidos que aporten a su desarrollo personal y educativo. Tomando en cuenta la influencia que tiene la Ley Orgánica de Comunicación, dentro de la regulación de los programas televisivos a nivel nacional y local, esto es un punto clave en referencia a como Élite TV, trabaja en la transmisión de los distintos segmentos (noticias, entrevistas, películas, publicidad). Otro punto importante es la educación, porque de ella se derivan los aspectos más representativos en la vida de los niños, tomando en cuenta que estos pasan más tiempo en su institución, que en su casa y es allí donde demuestran las distintas acciones o actitudes que acogen, tanto del medio familiar como del que observan en la pantalla. La metodología que se va a utilizar es cualitativa y cuantitativa, ya que los dos recogerán la información que se necesita para sustentar la investigación, específicamente yendo desde lo inductivo a lo deductivo y viceversa. La encuesta: es un

instrumento de investigación para obtener información preguntando a los individuos que son objeto de estudio a través de un cuestionario. Los medios de comunicación en especial la televisión, debe dar importancia a las necesidades que los niños tienen frente a sus contenidos, fortaleciendo la calidad de sus segmentos.

Palabras clave:

Televisión, Niños, Educación, Programación televisiva, contenidos televisivos.



COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

Faculty of Human Sciences and Education

TITLE: "CHILDREN'S PROGRAMS IN LOCAL TELEVISION. CURRENT AND NEED"

Author: Fernández Buri María Esthefanya

ABSTRACT

The purpose of the research project is to know the different contexts in which children are located from the point of view of the media and society, to analyze the influence of the TV Elite programs, which transmits in its different schedules something to the children's audience, if they meet their needs or require a new segment of programming dedicated to children, with content that contribute to their personal and educational development. Taking into account the influence of the Organic Law of Communication, within the regulation of television programs at national and local level, this is a key point in reference to how Élite TV works in the transmission of the different segments (news, interviews, movies, advertising). Another important point is education, because it derives the most representative aspects in children's lives, taking into account that they spend more time in their institution, than in their home and is there where they demonstrate the different actions or attitudes that they demonstrate both the family environment and the one you observe on the screen. The methodology to be used is qualitative and quantitative, since both will collect the information that is needed to support the research, specifically going from the inductive to the deductive and vice versa. The survey: it is a research instrument to obtain information by asking the individuals that are object of study through a questionnaire. The media, especially television, must give importance to the needs that children have against their content, strengthening the quality of their segments.

Keywords: Television, Children, Education, Television programming, television content.



CENTRO DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por la señorita Egresada de la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación: Fernández Buri María Esthefanya, cuyo título: **“LOS PROGRAMAS INFANTILES EN LA TELEVISIÓN LOCAL.ACTUALIDAD Y NECESIDAD”**, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Noviembre del 2017

Atentamente:

Lic. Mg. Nelson Guagchinga

DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

C.C: 050324641-5

x



INDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORIA	¡Error! Marcador no definido.
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	ix
AVAL DE TRADUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.
Tabla de Contenidos	xiv
Tabla de Gráficos	xv
1. INFORMACIÓN GENERAL	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO.	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO	5
4.1. Beneficiarios directos:	5
4.2. Beneficiarios indirectos:	5
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	6
5.1 Variables.....	7
5.2. Antecedentes del Problema	8
6. OBJETIVOS.....	9
6.1 General:.....	9
6.2 Específicos:.....	9
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS	10
PLANTEADOS.....	10
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA	11
8.1. Sociedad	11
8.2. Familia.....	11

8.2.1.	Etimología de Familia	11
9.	CONCEPTO DE NIÑEZ	11
9.1.	Etimología de la palabra niñez.	14
9.1.2.	Sociología de la Niñez	15
10.	LA TELEVISIÓN	18
10.1.	Televisión y Niños.....	19
10.2.	Tipos de Programas Televisivos	21
10.3.	La Televisión Educativa.....	22
10.4.	Formatos Televisivos	25
11.	MENSAJES EDUCATIVOS.....	27
11.1.	Concepto de Mensaje.....	27
11.1.1.	Etimología de la palabra Mensaje	28
11.1.2.	Mensajes Televisivos	28
12.	EDUCACIÓN	29
12.1.	Etimología de Educación	29
12.1.1.	Educación y Niñez.....	30
12.1.2.	La educación y la tv ¿van de la mano?.....	32
12.1.3.	El reto del docente frente a la televisión.....	36
13.	CONTENIDOS TELEVISIVOS	38
14.	PROGRAMACIÓN TELEVISIVA	42
14.1.	Programación televisiva extranjera.	47
14.1.1.	¿A mayor publicidad televisiva mejor ganancia para el medio?	48
14.1.2.	Características de una programación de calidad.	51
15.	VALIDACIÓN DE PREGUNTAS CIENTÍFICA O HIPÓTESIS	54
16.	METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL	54
16.1.	Método cualitativo:	54
16.2.	Método cuantitativo:	54
17.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	55
17.1.	Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”	56
18.	IMPACTOS DE LA INVESTIGACIÓN	69

19.	PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO.....	70
20.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
20.1.	Conclusiones:	71
20.2.	Recomendaciones:	73
21.	BIBLIOGRAFÍA.....	74
	ANEXOS.....	77

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Matriz de Objetivos.....	10
Tabla 2: Interpretación sobre la Observación de la Televisión.....	56
Tabla 3: Interpretación sobre el tiempo que miran Televisión.....	57
Tabla 4:: Interpretación sobre los programas más observados en la Tv.....	58
Tabla 5: Interpretación sobre el horario que mira Tv.	59
Tabla 6: Interpretación de con quién observa Tv.	60
Tabla 7: Interpretación de quién si mira o no Élite Tv.	61
Tabla 8: Interpretación del programa que más llama la atención en Élite.	62
Tabla 9: Interpretación del tiempo que observa los contenidos de Élite Tv.....	63
Tabla 10: Interpretación sobre un programa educativo en Élite Tv.	64
Tabla 11: Interpretación sobre la excesiva propaganda en la programación de Élite.....	66
Tabla 12: Interpretación sobre la creación de un programa Infantil.	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Gráfico 1: Análisis observación de la televisión	56
Gráfico 2: Análisis tiempo que miran televisión	57
Gráfico 3: Análisis de los programas más observados en la Tv.	58
Gráfico 4: Análisis del horario en que mira Tv.	59
Gráfico 5: Análisis con quién observa la Tv	60
Gráfico 6: Análisis sobre quién si mira o no Élite Tv.....	61
Gráfico 7: Análisis del programa que más le llama la atención en Élite.....	62
Gráfico 8: Análisis sobre el tiempo que observa los contenidos de Élite Tv	63
Gráfico 9: Análisis sobre un programa educativo en Élite Tv	64
Gráfico 10:: Análisis sobre la excesiva propaganda en la programación de Élite Tv.	66
Gráfico 11: Análisis sobre la creación de un programa infantil.....	67

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

PROGRAMACIÓN INFANTIL Y TELEVISIÓN

Fecha de Inicio:

Marzo 2017

Fecha de Finalización:

Octubre 2017

Lugar de Ejecución:

Unidad Educativa Isidro Ayora – Quijano y Ordoñez y Tarqui

Élite Televisión canal 45 – 2 de Mayo y Tarqui

Unidad Académica que Auspicia:

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

Carrera que Auspicia:

Licenciatura en Comunicación Social

Equipo de trabajo:

María Esthefanya Fernández Buri

tefa_fer1995@hotmail.com

Juan Pablo Toro Bravo

juan.toro@utc.edu.ec

Área de Conocimiento:

Programación Televisiva Infantil

Línea de Investigación:

Educación y Comunicación para el desarrollo Humano y Social.

2. RESUMEN DEL PROYECTO.

La finalidad del proyecto es conocer los distintos contextos en los cuáles los niños son representados desde el punto de vista de los medios de comunicación y la sociedad, analizar la influencia que tienen los programas de Élite Tv, el cuál transmite en distintos horarios contenidos para el público infantil, investigar si estos satisfacen sus necesidades o hace falta que exista un nuevo segmento de programación dedicado para los niños, con contenidos que aporten a su desarrollo personal y educativo. Tomando en cuenta la influencia que tiene la Ley Orgánica de Comunicación, dentro de la regulación de los programas televisivos a nivel nacional y local, esto es un punto clave en referencia a como Élite TV, trabaja en la transmisión de los distintos segmentos (noticias, entrevistas, películas, publicidad).

Otro punto importante es la educación, porque de ella se derivan los aspectos más representativos en la vida de los niños, tomando en cuenta que estos pasan más tiempo en su institución, que en su casa y es allí donde demuestran las distintas acciones o actitudes que acogen, tanto del medio familiar como del que observan en la pantalla.

La metodología que se va a utilizar es cualitativa y cuantitativa, ya que los dos recogerán la información que se necesita para sustentar la investigación, específicamente yendo desde lo inductivo a lo deductivo y viceversa.

La encuesta: es un instrumento de investigación para obtener información preguntando a los individuos que son objeto de estudio a través de un cuestionario.

En la provincia de Cotopaxi, específicamente en el cantón Latacunga, dentro de los medios televisivos que existen en la ciudad, solo en uno de ellos se brinda un espacio para los niños, el resto de canales televisivos cuentan en una parrilla de programación con segmentos, en su mayoría para público adulto.

Los medios de comunicación en especial la televisión, debe dar importancia a las necesidades que los niños tienen frente a sus contenidos, fortaleciendo la calidad de sus segmentos.

Palabras clave:

Televisión, niños, educación, programación televisiva, contenidos televisivos.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La investigación es realizada basándonos en la realidad televisiva, donde los medios de comunicación aún piensan en seguir agrandando su industria comunicacional, con la presentación de varios segmentos de farándula, crónica roja y uno que otro video infantil.

Los niños tienen un papel importante dentro del desarrollo social, pero esto no ha sido tomado en cuenta desde la historia misma la cual los definía como un grupo que no tiene ninguna influencia, tan sólo debe recibir y acatar órdenes, que de una u otra manera les harían encajar dentro del círculo social.

Los medios han acogido estos términos y han hecho que los niños se conviertan en sus principales seguidores, sobre todo la televisión, la cuál es su principal aliada en sus distintos aspectos.

Dentro de los hogares tanto los padres como los niños han optado por hacer de la televisión su mayor entretenimiento, muy poco es utilizada para recibir información noticiosa, la mayor parte se dedica mucho tiempo en observar telenovelas, competencias, programas musicales, dibujos, pero muy poco se pone atención en la producción de segmentos educativos.

En la provincia de Cotopaxi, los medios televisivos optan aún por ganar dinero dentro de la transmisión de publicidad en distintos horarios, poco en presentar a su mayores consumidores (niños) un programa divertido, entretenido y educativo, se piensa que al colocar durante horas dibujos animados que son producidos en otros países con contenidos a veces violentos, con un lenguaje poco adecuado, se contribuyen al desarrollo cognitivo y social de los niños.

Para los padres, el hecho que sus hijos estén en casa o haciendo alguna otra actividad, y mirando la televisión es bueno, porque así ellos tienen tiempo para desarrollar otras actividades ya sea de su trabajo o con amistades, poca es la atención que generan a sus hijos por ello no miden el tiempo en el que los niños se encuentran frente al televisor, o que es lo que observan.

El canal 45 Élite Tv, presenta algunos segmentos que son de entretenimiento, información, lo más destacado de este medio, es que lo reconocen por las películas que son transmitidas en los distintos horarios, en una mezcla para público adulto, niños, adolescentes, al igual que la publicidad de todo tipo, lugares turísticos, fiestas cantonales, etc.

Las instituciones educativas, en este caso, la Escuela Isidro Ayora y sus estudiantes, nos brindarán la información requerida para esta investigación, conociendo de esta manera porqué observan Élite Tv, que les gusta de esta canal y que es lo que aprenden.

Los docentes son denominados como segundos padres para los pequeños, ya que comparten más tiempo con ellos y de alguna manera buscan que los niños tengan un refuerzo de lo que aprenden en las aulas y que mejor si la televisión es una aliada de estos, a través de segmentos que hablen de cultura, tradiciones y que se eliminen los estereotipos de género que ayudarán a los pequeños a convivir mejor en su entorno.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

4.1. Beneficiarios directos:

Los beneficiarios directos son 150 niños estudiantes de la Unidad Educativa Isidro Ayora.

4.2. Beneficiarios indirectos:

Se encuentra de manera indirecta los padres de familia de los niños, los docentes de la institución y el canal Élite Tv.

5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué mensajes reciben los niños que consumen la programación de Élite Tv?

Durante la investigación realizada, es importante conocer que son muy pocos los niños que observan la programación de Élite Tv, esto se da porque el canal no tiene mucho que ofrecerles en su parrilla de programación es por esto que los pequeños prefieren observar los canales nacionales, con contenidos a.- (apto para todo público), b.- (apto para menores bajo la supervisión de un adulto), c.- (solo público adulto).

Es indispensable que los niños tengan un espacio dentro de los medios de comunicación, en dónde sean generadores de productos audiovisuales que estén enmarcados a sus necesidades, dónde puedan exponer su creatividad, participar activamente con la comunidad a través de opiniones, generando nuevas ideas y perspectivas en la sociedad con la cual conviven y se desarrollan.

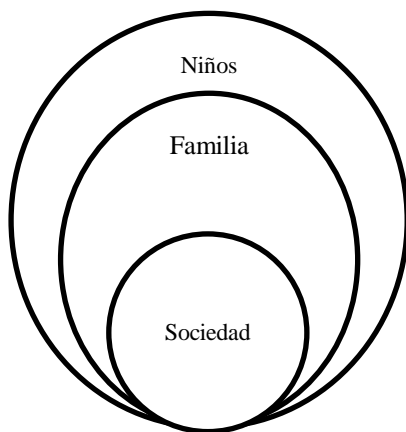
En la provincia de Cotopaxi dentro de los distintos medios de comunicación televisivos, se ha querido cubrir esta necesidad con la presentación de varios proyectos al aire en los cuales se integre a los niños.

La poca importancia que se presenta desde los canales de televisión, hacia los niños es notoria pues consideran que brindarles entretenimiento y diversión es cuestión de rellenar los espacios con películas, videos musicales, pero ¿En qué ayuda a los niños en su desarrollo social?, aún hay necesidades que deben ser solucionadas para mejorar la relación entre los niños y la televisión.

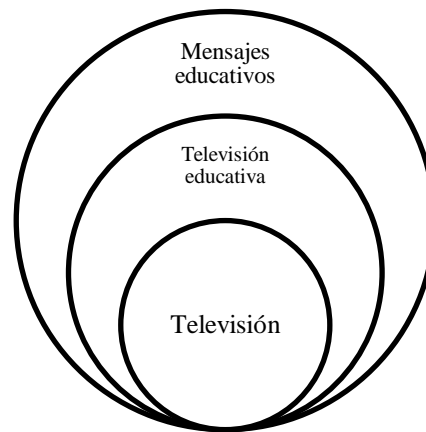
La programación que se brinda a los niños carece de información educativa, para los niños que observan Élite lo educativo está enmarcado en: valores, noticias, reportajes y algunos hacen referencia a las películas que se transmiten en distintos horarios y de toda categoría como: ficción, terror, humorísticas, dibujos, etc., por estas razones es importante que se tome en cuenta las perspectivas que los niños tienen sobre la programación de Élite y los mensajes que reciben mientras observan el canal.

5.1 Variables

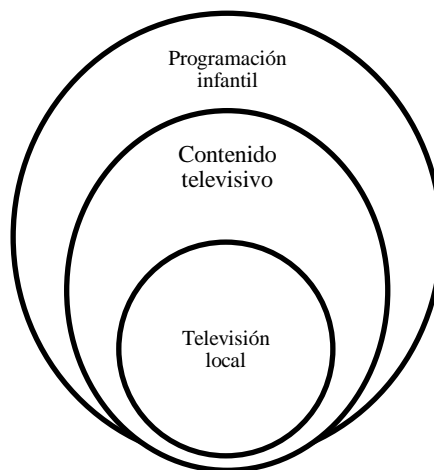
Variable 1



Variable 2



Variable 3



5.2. Antecedentes del Problema

Durante la investigación realizada, se debió tomar en cuenta algunos ejemplos de los cuáles se tomará uno de ellos como referencia al tema planteado.

Título: Televisión Infantil en Colombia: caracterización desde los canales públicos, la audiencia y su programación.

Autores: Sandoval Yamile

Año: 2016

Tomando en cuenta que los medios de comunicación televisivos en Colombia, compiten por ofrecer contenidos a su público, en varios casos sin tomar en cuenta cuáles son sus necesidades frente a lo que ofrecen, al contrario la televisión se ha vuelto una necesidad de todas las familias, ganándose la atención de cada miembro de casa. Los productores de cada segmento se fijan más en generar un lucro y no en brindar un buen programa en los cuáles los niños sean los protagonistas.

Esta investigación ha llegado a las principales conclusiones:

Se concluye que no existe un acuerdo entre lo que los niños quisieran observar en la tv, las opiniones divergen con relación a quienes creen que solo son productos que les entregan y quienes consideran que, el producto busca reflejarse en los contenidos e identificarse con las historias y personajes.

Por otro lado, para la generación de buenos productos televisivos no es solo cuestión de economía por parte de los medios, sino también depende de la creatividad y sobre todo que las personas quienes están detrás de la producción brinden un programa de calidad, lleno de valores y conocimientos que permitan al espectador, discernir la información que le brindan a través de la pantalla.

6. OBJETIVOS

6.1 General:

Analizar e Identificar la incidencia de la programación televisiva infantil en la vida de los niños y niñas de la Unidad Educativa Isidro Ayora.

6.2 Específicos:

- ¿Cuáles son los segmentos televisivos que tienen más acogida por parte de los niños de la Unidad Educativa Isidro Ayora?
- ¿Se transmiten productos educativos, tendientes a mejorar la calidad de vida de los niños?
- ¿Qué productos televisivos son utilizados para la realización de tareas escolares?
- ¿Qué importancia tendría un segmento infantil dirigido por niños y para niños en el canal Élite TV?

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.

Tabla 1. Matriz de Objetivos

Objetivo	Actividad Tareas	Resultado de la Actividad	Medios de Verificación
¿Cuáles son los segmentos televisivos que tienen más acogida por parte de los niños de la Unidad Educativa Isidro Ayora?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Análisis de contenido 	Diagnóstico del estado actual	Fotografías Encuestas
¿Se transmiten productos educativos, tendientes a mejorar la calidad de vida de los niños?	<ul style="list-style-type: none"> • Cualitativa • Elaborar instrumentos (preguntas) • Aplicar instrumentos 	Diagnóstico del estado actual	Fotografías Encuestas
¿Qué productos televisivos son utilizados para la realización de tareas escolares?	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Análisis de contenido 	Diagnóstico del estado actual	Fotografías Encuestas
¿Qué importancia tendría un segmento infantil dirigido por niños y para niños en el canal Élite TV?	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque Mixto • Encuesta 	Interpretar resultados	Encuestas

Elaborado por: Fernández E. (2017)

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

8.1.Sociedad

La sociedad es el conjunto de personas que se relacionan entre sí, de acuerdo a unas determinadas reglas de organizaciones jurídicas y que comparten una misma cultura o civilización en un espacio o un tiempo determinado.

Por lo general la sociedad mantiene una estrecha relación con los medios de comunicación en sus distintos contextos sociales, políticos, culturales, económicos, esta necesita mantenerse informada de todo lo que sucede en su entorno. La radio, la prensa y la televisión tienen el poder de informar, entretener y educar a través de los distintos contenidos que presenta. Con el paso de los años, estos medios se han ganado un espacio importante en la vida de los ciudadanos, cada uno se ha destacado por sus diversas formas de cautivar a su público.

Lo que más se destaca de los medios de comunicación, es su gran capacidad para adaptarse a la tecnología, facilitando el acceso de la sociedad a los mismos y a cada cambio que se presenta en esta nueva era, siendo la representación física de la comunicación en nuestro mundo, la información se obtiene, se procesa y finalmente se expresa.

8.2.Familia

La familia es el núcleo de toda sociedad, es aquella conformada por varios miembros que forman parte de una historia, cultura, tradición, la misma que está establecida bajo leyes y normas, dentro de cada grupo familiar es importante mantener una amplia relación con los medios de comunicación.

La más importante y con mayor acogida es la televisión, la cual por años ocupa un lugar indispensable en la vida de las personas por la amplia variedad de programación que ofrece a sus espectadores.

8.2.1. Etimología de Familia

El término familia procede del latín familia, “grupo de siervos y esclavos patrimonio del jefe de la gens”, a su vez derivado de famulus, “siervo, esclavo”. El término abrió su campo semántico para incluir también a la esposa e hijos del páter familias, a quien legalmente pertenecían, hasta que acabó reemplazando a gens.

9. CONCEPTO DE NIÑEZ

Tomando en cuenta los distintos contextos sociales en el que se desenvuelven, hablar de los niños se los ha definido como los más indefensos, los que deben depender de

sus padres, y seguir las instrucciones que la misma sociedad les ha impuesto, según los adultos los niños son quienes deben recibir y cumplir órdenes de los más grandes para complacerlos y así sentir satisfacción de ser responsables y educados frente a los demás.

Tomando en cuenta a la historia y algunos autores que definen a los niños así: José Puerto Santos (2002):

“En los años 354-430 hasta el siglo IV se concibe al niños como dependiente e indefenso (“los niños son un estorbo”, “los niños son un yugo”). Durante el siglo XV en la concepción de la infancia se observa cómo “los niños son un yugo”. Durante el siglo XV en la concepción de la infancia se observa como “los niños son malos de nacimiento”. Luego, en el siglo XV, el niño se concibe como algo indefenso y es por ellos que se debe tener al cuidado de alguien y se define el niño “como propiedad”. Para el siglo XVI ya la concepción de niño es de un ser humano pero inacabado: “el niño como adulto pequeño”. En los siglos XVI Y XVII se le reconoce con una condición innata de bondad e inocencia y se le reconoce infante “como un ángel”, el niño como “bondad innata”. Y en el siglo XVIII se le da la categoría de infante pero con la condición de que aún le falta para ser alguien; es el infante “como ser primitivo”. A partir del siglo XX hasta la fecha, gracias a todos los movimientos a favor de la infancia y las investigaciones realizadas, se reconoce una nueva categoría: “el niño como sujeto social de derecho”. “La reivindicación moderna de la infancia se inicia desde el siglo XVIII en las sociedades democráticas y muy especialmente a través de Rosseau, quien advertía las características especiales de la infancia”. (p.111)

Pero alguna vez se ha preguntado ¿qué piensa el niño, la niña al recibir una orden?, está o no de acuerdo con la educación que recibe, le gustará el entorno que lo rodea o simplemente ha debido adaptarse a las condiciones, frente a la tecnología que espera recibir de la misma, como ha sido aquella adaptación frente a la era digital.

Como dejar de lado los medios de comunicación, la radio, la televisión, la prensa, que siempre han sido quienes informan, entretienen, educan, pero ¿cómo se sienten los

niños frente a estos?, tal vez son vulnerables, por tanta publicidad y programación, esto más en la televisión, siendo la más “amigable” para los niños o niñas, que acuden todos los días a la misma para ver sus dibujos favoritos, películas o novelas, aquí surge otra interrogante ¿son todos estos programas de beneficio para los más pequeños?.

Adentrarnos en la mente de los niños es difícil por todo lo antes mencionado, pero si tenemos el criterio de Piaget el cuál realizó el estudio de los mismos, esto se define de la siguiente manera: Jean Piaget y sus etapas del desarrollo cognitivo indica que a partir de los tres años de edad en adelante es donde los niños empiezan a ganar la capacidad de ponerse en el lugar de los demás, actuar, jugar siguiendo distintos roles ficticios, la otra etapa es de operaciones concretas que son hasta los doce años de edad donde los infantes se encuentran en una fase de desarrollo cognitivo, en dónde ya comienzan a usar la lógica para llegar a conclusiones válidas, donde sean concretas y no abstractas.

Esto según los estudios, pero es poco certero que los niños desde pequeños pasen por estas etapas, ya que todo esto se desarrolla según el ambiente en el que se desenvuelven, antes se mencionó que a los niños se los ha denominado como sujetos sociales, hay que tomar en cuenta que al darles esta denominación es importante conocer que los niños deberían decidir por ellos mismos, que su criterio ante la sociedad sea válido pero es difícil porque para los adultos los niños no dejan de ser indefensos y a la vez se las ha impuesto vivir en una sociedad libre de criterios.

Cabe recalcar que las Organizaciones Mundiales han sido las principales en luchar por una mejor calidad de vida para los niños, garantizándoles sus derechos, como por ejemplo, el vivir en un ambiente adecuado, tener una educación, recibir información que sea de uso, beneficio y que esté acorde a su edad y sus necesidades.

Hablar de la niñez es un tema muy amplio que abarca distintos contextos los cuáles nos llevan a conocer la razón de ser de un niño, dentro de la familia, la escuela y la sociedad en sí, la historia nos habla mitológicamente en ciertas partes, pero otras

ramas que se dedican a una investigación más profunda de las personas y su comportamiento es la sociología la cual también tiene un criterio sobre la niñez.

9.1. Etimología de la palabra niñez.

Para hacer un análisis más profundo primero hay que tener una definición etimológica de la palabra niño/niña, según la RAE (Real Academia Española): proviene de la voz infantil o la expresión onomatopéyica *ninno*, que se refiere al que está en la niñez, que tiene pocos años, que tiene poca experiencia o que obra con poca reflexión y advertencia, entre otras características. Por otra parte, la niñez es definida por la RAE como: i) el período de la vida humana que se extiende desde el nacimiento hasta la pubertad, b) el principio o primer tiempo de cualquier cosa; - y c) la niñería, acción propia de niños.

También se habla de otro termino que es utilizado para referirse a los pequeños como infantes, pero que significa esta palabra, es lo mismo un infante que un niño, tienen similitud, o son dos conceptos muy diferentes, para lo ello también la RAE (Real Academia Española) nos dare una definición etimológica, a partir de ello podremos definir las dos palabras.

“Infancia” proviene del latín *infanta*, cuyo significado primario alude a la incapacidad de hablar y define a los *infâns* o *infantis* como aquellos que no tienen voz. Para la RAE actualmente la infancia es delimitada como: i) el periodo de la vida humana desde que se nace hasta la pubertad; ii) el conjunto de los niños de tal edad; y iii) el primer estado de una cosa después de su nacimiento o fundación. Por otro lado, la RAE define al infante como: I) el niño que aún no ha llegado a la edad de siete años; ii) el pariente del rey que por gracia real obtiene el título de infante o infanta; y iii) cada uno de los hijos varones y legítimos del rey, nacidos después del príncipe o la princesa.

Después de analizar los dos conceptos estos son semejantes, es decir que podemos definir a los más pequeños como el niño, la niña, el infante o la infanta aunque estos dos últimos términos son más utilizados dentro de la monarquía.

Según estos dos conceptos, los niños no tienen criterio, no pueden opinar, hablar sobre temas relevantes, es por esto que han vivido toda su niñez sujetos a lo impuesto por los adultos, es claro que para los padres en la casa les deben educar, guiar, para que se formen con valores, en la escuela la maestra es la encargada de brindarles un camino abierto en donde se van formando como profesionales o más o menos tienen una idea de lo que quieren ser de grandes, la sociedad en donde se desarrollan no les permite escoger, bueno todo esto es cuestión de la cultura y las costumbres.

9.1.2. Sociología de la Niñez

Pero que dice la Sociología de estas dos palabras, según: Gaitán (2006) define que la infancia “sería una condición cultural e histórica diferenciada y caracterizada por relaciones de poder, mientras que las niñas y los niños serían el grupo de personas o sujetos sociales que se desenvuelven en dicho espacio social”. (p.83). Se puede definir que la niñez es un tema muy amplio el cual nos abre varios caminos que permiten conocer más a fondo que es un niño, o un infante, sobre todo el rol que tienen dentro de la sociedad, de qué manera se los educa para que se puedan adaptar en su realidad.

Todo ser humano tiene que enfrentarse a etapas que lo van a definir quién es en realidad, al igual que debe cumplir su ciclo de vida, nacer, crecer, reproducirse y morir, también están las etapas de ser un niño, adolescente, joven, joven adulto, adulto, tercera edad, pero para llegar a esta última fase, primero debe aprender lo más básico en su niñez, va a conocer lo que son los valores, va a caminar, hablar, poco a poco va irse relacionando con su entorno.

De todo esto los responsables de influir son los adultos, es decir sus padres o familiares que ya pasaron por esa etapa, con el tiempo y experiencias han sabido adaptarse a su mundo, seguido está la escuela que siempre ha sido considerada su segundo hogar, por el tiempo que pasan los niños en ella y en la cual también se abren paso hacia el mundo.

Émile Durkheim, quien interesado en la Sociología de la Educación desarrolla un pensamiento sobre la infancia como un fenómeno presocial: Durkheim (1975) “Un terreno casi virgen donde se debe construir partiendo de la nada y poner en ese lugar una vida moral y social.” (p.54). Lo antes expuesto, es por todo lo que se ha pasado ahora ya siendo adultos, recordamos que nacimos sin saber nada como unas personitas salvajes, es decir que por naturaleza el ser humano es un ser salvaje pero que ha debido ser educado, para encajar en la sociedad.

Es algo difícil de comprender que se catalogue al ser humano como “salvaje” y que debe estar sujeto a un ser superior del cual va a depender que ese “pequeño salvaje” sea un ser social, esto es igual que las mujeres según los estereotipos es un persona débil, que no tiene la potestad suficiente para asumir decisiones importantes, pero esto va más allá es la misma cultura la que ha hecho que se tomen estas definiciones tanto en las mujeres como en los niños.

Jean Jacques Rousseau (1762) sostiene que las niñas y los niños son comparables a su idea sobre el mito del “buen salvaje” porque se desarrollarán de acuerdo con el plan de la naturaleza y que el adoctrinamiento adulto podría llegar a corromperles. Este autor propone cuatro estadios de desarrollo que van desde la infancia, niñez, niñez tardía y adolescencia. (Rice, y Moscoso, 2008)

Ahora aparecen nuevas etapas, de seguro que se pasó por estas al menos hasta adolescencia, pero de seguro que no todas las personas recordarán todo lo que vivieron cuando eran niños, o lo que aprendieron, todo lo que hoy son es el resultado de ciertas cosas que por lo general han marcado la vida de las personas, el resto han sido adquirido en su desarrollo.

Aparece otro término que tiene mucha relación con la esencia de un niño denominado tabula rasa, que no es más que un papel en blanco, por lo general se trabaja en un papel en blanco, en él se plasma las ideas, tareas, responsabilidades, ordenes que se deben cumplir y hay que anotarlos para que no se olvide y prevalezca por

generaciones, así que un niño también es eso una hoja en blanco en la que escribimos o le diseñamos un modelo de cómo va hacer en un futuro.

Este término es definido por John Locke el cuál no solo estudió esta similitud sino que también hizo énfasis en la calidad de vida a la que se le acostumbra al niño a la niña, es decir que los padres o los maestros siempre han premiado el logro que este pueda alcanzar o caso contrario a través de un castigo físico, se impone una dominación.

Locke (1991) sugería: “a las madres y padres premiar las buenas acciones con alabanzas y aprobación y desaconsejaba el castigo físico porque no fomenta el autocontrol. Este autor fue uno de los pioneros del conductismo moderno” (p.130).” De una u otra manera se ha hecho lo posible por ir cambiando este esquema de educación social, porque llegar a un castigo o una humillación no genera un ambiente adecuado en el desarrollo del niño.

Según la teoría funcionalista de Parsons las niñas y los niños son vistos como receptores pasivos de los contenidos que la sociedad considera necesarios para que una persona se convierta en adulta, utilizando una metáfora el niño es visto como un objeto “esponja” la cual absorbe toda la información que se le pueda dar a conocer y la recrea, la innova e incluso lo subvierte, pero existe una pequeña confusión entre estos conceptos.

“Si las niñas y los niños son ontológicamente diferentes de las personas adultas, sería necesario plantear el debate en términos filosóficos sobre la verdadera ontología del ser humano. Ciertamente las personas adultas pueden ejercer poder sobre las personas infantiles y no requiere justificar su actuar porque se entiende que es un orden “natural” emanado del estatus superior adulto”. (Qvortrup, 1994, p.3)

Después de analizar estas definiciones, para conocer más a profundidad que es un niño, un infante como es conceptualizado por la sociedad, que se espera de estos

cuando crezcan, como punto principal los niños deberían ser catalogados como actores sociales, con la potestad de tomar decisiones, que no sean solo sujetos pasivos que recepan la información, sino que puedan decidir por sí mismos que está bien o mal, y que la influencia de los adultos ya no sea a manera de una imposición, deben ser una guía en el camino de los niños irlos preparando adecuadamente para que solos puedan enfrentarse a la adolescencia y la adultez.

10. LA TELEVISIÓN

La televisión es un medio de comunicación que con poco más de 50 años se ha convertido en uno de los pasatiempos de toda la sociedad, alcanzando una difusión extraordinaria, cubriendo las necesidades de información y entretenimiento. Toda esta importancia ha hecho que se tome en cuenta como el medio básico de la comunicación social, con una repercusión fuerte llegando a dirigir nuestra cultura y los valores que en ella existen. Cerezo (1994) menciona. “El poder del medio radica en su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual.” p.16).

A nivel mundial este medio ha generado gran expectativa y por ello ha tomado también su respectivo lugar dentro del mercado internacional, apareciendo nuevas cadenas televisivas, cada vez más sofisticadas con la ayuda tecnológica que ha realizado un gran trabajo de innovación.

Los libros, artefactos como juguetes o el internet han sido dejados de lado por los más pequeños, la televisión se ha apoderado de la mente de los niños, lo cual para ellos estar frente a este artefacto es lo más importante, sin fijarse en las horas o el tipo de programación que consumen, la diversión, el entretenimiento es lo que la hace llamativa las 24 horas del día.

Este panóptico invertido tiene su estrategia, la cual a través de imágenes y sonidos traslada a mundos distintos, muchas veces no es necesario estar observándola fijamente sino se pueden cumplir otras actividades y escucharla, de esta manera el receptor siente una compañía ya no solo visual sino también auditiva. Glaser (1993)

menciona: “Dado que los consumidores utilizan los medios con una variedad de necesidades y predisposiciones, toda identificación precisa de los efectos producidos por la televisión, debe identificar los usos de la televisión que consiguen los diversos tipos de espectadores”. (pàg.156)

Para la industria televisiva el fin es seguir obteniendo más audiencia, pero se ha visto la importancia de regular estos programas, definirles un horario en los que pueden ser observados y por qué tipo de público, al igual que insertar nuevos temas televisivos ricos en cultura y aprendizaje, mismos que buscan de alguna manera captar la misma atención que tienen los otros programas de entretenimiento.

10.1. Televisión y Niños

Haciendo una relación entre los niños y la acogida que tienen los medios de comunicación en la vida de ellos, es importante saber que la radio, la televisión, la prensa han tratado de acaparar la mayor audiencia, en su total mayoría los pequeños van a preferir a la televisión por sus imágenes, sonidos y la variedad que tienen los programas, es fácil percibir que existe una deficiencia en lo que enseña la tv, porque no existe un feedback que permita que los niños desarrollen sus criterios frente a lo que están observando.

M, Alonso y Vásquez (1995) manifiestan: “La TV no enseña nada por sí sola, ya que el niño necesita conectar esos mensajes con sus experiencias e ideas previas y en este proceso evidentemente influyen otra serie de agentes socializadores o comunidades de significación.” p.98)

Pese a que los niños son quienes pasan más horas frente al televisor, los medios televisivos no han pensado en proponer un programa interactivo que tenga variedad de contenidos como: juegos, pintura, teatro, productos audiovisuales que sean creados por los niños, para la televisión hasta el momento lo más importante ha sido mantener entretenido eh informado al público adulto, presentando en su programación como: farándula, noticias, crónica roja, películas con contenido violento, sin tener en cuenta

que en las horas que están siendo transmitidos estos programas, hay niños que observan lo que tienen a su alcance.

Pero ¿por qué para los medios televisivos no es importante un programa infantil?, acaso es más indispensable seguir llenado la parrilla de programación con segmentos que al final se olvidan, es importante que los más pequeños de cada hogar tenga su propio espacio no solo en la sociedad sino también dentro de los medios de comunicación, se debe considerar brindarles unos minutos de un buen programa, que sea de ayuda en su desarrollo social y educativo.

La televisión funciona como un medio electrónico, de información y entretenimiento que va adaptándose a los gustos variados de su auditorio, pero al mismo tiempo va ejerciendo una influencia en las preferencias de los mismos y generando ideas distintas en los niños desde temprana edad y su público.

Si se pregunta a un niño sobre que desea observar en la televisión o cuál es su programa favorito, este sencillamente contestará que lo que más le gusta son los dibujos animados como (Doraemon, Bob Esponja, GoKú, etc.), películas de todo tipo tomando en cuenta que tienen un libre acceso al internet y videos en una amplia gama, será lo más llamativo para los pequeños que en muchos casos sus padres prefieren ponerles frente al televisor o computadora para que este “entretenidos”, sin tomar en cuenta qué es lo que su hijo/hija consume y que de beneficio obtendrá de todo lo que observa.

Se habla que los niños de este tiempo son menos educados, más fríos ante ciertas situaciones que ocurren en el acontecer diario y se continúa buscando los motivos, tal vez sus padres han dejado de corregirlos o la influencia que tienen viene directamente desde lo que observan por horas no por minutos sino por indefinidas horas durante todo un día.

Y cómo no va a cambiar la mentalidad de un niño, si solo está consumiendo una tele basura, la cual a cada instante le presenta violencia, crímenes, muertes, en las

películas lo más consumido son las series de terror que es lo que más se vende, con todo esto que sucede como se espera otra reacción de lo más pequeños, si en sus hogares o en la escuela no cuentan con una crítica constructiva que les ayude a discernir entre lo que han consumido en la televisión y en su conducta social.

Con estos conceptos quizás la televisión es la mala del cuento y se podría decir que si esta no existiera las sociedad en general sería mucho mejor, más humana, pero no, ya que todo lo que sucede en el entorno es producto de las conductas sociales del hombre, esto como una aclaración ya que también hay que fijarse en la otra cara de la televisión la cual mantiene su posición de ser entretenida, educativa e informativa, tampoco se debe catalogar a todas las empresas televisivas como contaminantes, algunas han tratado de ser diferentes frente a lo tradicional.

No es la primera vez que se realizan este tipo de investigaciones acerca de la televisión y los niños, todas están enmarcadas en el consumo de los niños, cuántas horas ellos la observan, como afecta esto en su vida, pero nunca en dar una solución a las necesidades que en realidad hay que cubrir, no ha existido esa profundización directa, solo se han dado a conocer los aspectos negativos que son los tradicionales.

10.2. Tipos de Programas Televisivos

Tomando como referencia a dos medios televisivos, uno latinoamericano que es transmitido por su canal en YouTube y el otro europeo que cuenta con su propio canal, ambos muestran la realidad que tienen los niños frente a la televisión, demostrando que la diversión y educación pueden ir de la mano.

Australia es uno de los países que tiene la perspectiva de que todo programa infantil debe ser entretenido, que cuente una historia buena, con un estilo visual moderno. Aunque aún es difícil poder cumplir estos parámetros, que se pueden tornar aburridos por tratar de ser perfectos, aún así han visto la manera de hacer que esto no suceda y que cada vez tengan más acogida.

En Argentina se lanzó el primer canal de niños, a través del internet visible para todos los países americanos, este tiene contenido de ficción, animación y documentales de alta calidad, diseñado por el Ministerio de Educación de Argentina para niños entre dos y 12 años, ya puede verse en América Latina por medio de Internet.

10.3. La Televisión Educativa

Los objetivos institucionales son de promover el acceso de los niños a una información para su desarrollo, crear programas de alta calidad, que estimulen su creatividad e imaginación, inclusión social y su gusto por el conocimiento.

Un ejemplo es el denominado programa infantil “Pakapaka” de Argentina, pensado por especialistas en distintos campos para niños y niñas. Este segmento está diseñado para aprender, jugar, expresarse, participar y sentirse reconocido en la pantalla, en la que los niños son sujetos de derechos ciudadanos y productores de cultura.

Los materiales que utilizan tienen características que, permiten su uso dentro de las escuelas públicas y privadas de cualquier país o de la región, siendo su finalidad el de apoyar los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Salviolo (2010) explicó que:

Hasta la irrupción de Pakapaka en la pequeña pantalla no había una oferta consistente que represente a niños y niñas de carne y hueso; en cambio abundaban las ficciones estereotipadas o las animaciones. Pakapaka propone que todos los niños se sientan representados y partícipes –independientemente de que sean argentinos o de otros países de la región–, desde diversos puntos geográficos o sociales, precisó. (Salviolo, 2010.p, 6)

Este canal tiene varios segmentos específicos para niños de varias edades es así como uno de ellos denominado “Aquí estoy yo”, donde los niños muestran su casa, su escuela, sus rutinas, su patio de juegos y comparten sus breves historias desde estos

lugares, otro como “Ronda” que es para niños desde dos hasta seis años, y otro programa que es para niños de 12 años en adelante.

Los contenidos para ser realizados son antes discutidos por especialistas en varias áreas como: matemáticas, ecología, música e historia. También colaboran varios canales de televisión pública que tienen programas infantiles.

Estos son: señal de Colombia, Canal 11 de México y las brasileñas Tv Futura, Tv Cultura y Ra Tim Bum, son algunos de los canales públicos con los que “Pakapaka” produce, debate e intercambia materiales.

Muchos de estos aportes se realizan por medio de la Red Ala, coordinada por la periodista brasileña Beth Carmona, especialista en televisión infantil de calidad. Se trata de una red que produce micros infantiles para su intercambio.

Este nuevo canal también mantiene una intensa relación con festivales de cine infantil, como Chulpicine, de Ecuador, o el Colibrí de Bolivia, para producir series y conseguir cortos y largometrajes de alta calidad dirigidos al público infantil. Para ingresar a Pakapaka en la televisión de Argentina hay que tener un convertidor digital terrestre, un dispositivo que el gobierno argentino repartió de forma gratuita a los hogares de menores recursos económicos. (Información de IPS).

En la sociedad es conocido que los medios de comunicación son quienes dominan a las personas, pero como hablamos de la televisión acaso alguna vez nos hemos preguntando, qué miramos, con quienes la observamos, aquí un ejemplo sobre esto: En una investigación sobre magazine Nationwide, programa de la BBC, David Morley, un investigador inglés vinculado a los estudios culturales, profundiza la vía abierta por el modelo de Hall. Allí da cuenta, no sólo de las representaciones y visiones del mundo que este programa de entretenimientos pone en juego y su significación política, sino de las lecturas que las diferentes audiencias hacían del mismo.

Mediante entrevistas a distintos grupos de personas, pudo reconocer cuatro factores que intervienen en el proceso de decodificación:

La raza, el género y la clase social.

La inserción que cada persona tiene en las instituciones (escuela, iglesia, partidos, sindicatos, etc.).

El conocimiento que poseen sobre los temas.

La situación concreta que se produce en la recepción.

Morley centra su atención en las maneras que tiene la audiencia de ver televisión. Las situaciones concretas en que se reciben los mensajes son factores importantes, que intervienen en la decodificación. Por eso, según Morley, las preguntas que hay que hacerse son: Dónde, con quién y cómo se ve televisión.

Lo que más vende actualmente un canal de televisión ni si quiera es la propia información de noticias, sino lo que más se consume son los programas faranderos, concursos de lotería, a la sociedad se la ha educado para que observe solo lo que le conviene y de lo que podría sacar ventaja u obtener alguna recompensa.

Como menciona el autor estos programas tienen un estudio previsto para ver hacia qué público van hacer dirigidos y después mediante una medición de audiencias podrán determinar cuanta acogida ha tenido el mismo en un determinado tiempo.

La televisión no viene sola, aparte de ser una gran aparato que se ha ido tecnificando, va a la par de los avances del siglo, cuando recién esta buscaba ubicarse en el mercado de la industria, verdaderamente eran máquinas grandes que no tenían color, proyectaban imágenes a blanco y negro, hoy en día se cuentan con televisores más sofisticados con facilidad de comandarlos desde la comodidad del espectador.

En toda familia, cualquiera que sea su clase social, hay diferentes formas de decodificación y de usos de los medios. Incluso es posible detectar desiguales distribuciones de poder. Por eso la distinción genérica (masculino, femenino) o

generacional, aparecen como variables que Morley agrega a las condiciones de clase para analizar los comportamientos de las audiencias.

Como toda industria busca alcanzar el primer lugar en el mercado tanto nacional como internacional y que mejor si se logra posicionarse como uno de los medios más reconocidos, Nicolás Garnhan propone pensar en la relación entre las dos esferas: los medios actúan como empresas que necesitan crecer y expandirse, y esto a su vez, produce cambios en los medios y los productos culturales.

10.4. Formatos Televisivos

Es sencillo darse cuenta cuando una persona en el caso de las mujeres prefieren las novelas se puede decir que un 50% puede que la observe porque le interesa su historia y el otro 50% porque los actores que participan sencillamente son muy apuestos, en el caso de los hombres el fútbol es su deporte favorito y que mejor si lo pueden disfrutar desde su hogar y también están las películas que transmiten los canales de televisivos y estas pueden tener un contenido entretenido para ellos, es decir con mujeres apuestas y lo que más se vende ya sea en una novela o película es que las parejas tengan intimidad.

Por otra parte también está la televisión de paga la cual no está al alcance de todas las personas, pero quienes disfrutan de este servicio por cable, pueden acceder a otros canales con más programación diferente a la que están acostumbrados, tomando en cuenta sus diversos contenidos como: programas infantiles, programación para adultos y no están regulados por ninguna ley que delimite el horario de cada segmento televisivo.

Ahora como la televisión ha llegado a manipular la mente de las personas sin que estas tengan en cuenta que todos los días a través de la publicidad y pequeños segmentos, hace que el espectador tenga su total concentración, para muchas personas hablar de manipulación es bastante extraño porque en lo social el tratar de manipular a alguien para que diga o realice alguna acción inclusive puede llevar a un

trámite legal, ¿pero en realidad nos puede manipular la televisión?, la respuesta es que sí y esto se produce a partir de operaciones discursivas complejas. Una de ellas, por ejemplo, es el montaje de imágenes, con él se construye un sentido entre otros posibles acerca de lo que se informa. Habitualmente, se cree que una imagen es la representación objetiva de los hechos (muestra lo que está ahí). Sin embargo muchas veces intervienen una operación manipuladora que permanece invisible. “La realidad es pura construcción. Con la televisión ya no hay diferencia entre lo virtual y lo real” (Baudrillard)

Existe un “contrato” por denominarlo así con las audiencias es el que otorga credibilidad a los medios, fundamentalmente a la televisión. Las imágenes de la televisión producen un “efecto de realidad”. Por ejemplo, con la transmisión en directo de un evento se refuerza esta creencia: se borran las mediaciones entre el acontecimiento y el público. Y los propios medios no escatiman esfuerzos en llevar a cabo una continua tarea de auto legitimación para reforzar el contrato con la audiencia.

La mirada a cámara en televisión, que simula la mirada a los ojos del espectador, es un buen ejemplo de esta acción de auto legitimación. No sólo se construye una sensación de “seriedad” y “objetividad”: también el periodista se legitima como mediador entre la realidad y la audiencia. La mirada a los ojos supone una relación basada en el “contacto” y la “cercanía” con el público.

Pero no todos los comentarios son positivos para la televisión anteriormente se mencionó que es la culpable en estas épocas por ser una mala influencia en la vida de los niños que la observan, estos ya viene desde tiempos atrás. En marzo de 1986, uno de los sociólogos más importantes del siglo, el francés Pierre Bourdieu, dio un ciclo de conferencias acerca de la televisión (luego retransmitidas por una señal televisiva). Sobre la televisión, el libro que resultó de esas conferencias, pronto se transformó en un best seller y produjo una gran controversia que movilizó a periodistas, editorialistas de diarios y cadenas televisivas de Europa.

Para Bourdieu, la televisión pone en serio peligro las diferentes esferas de la producción cultural: arte, literatura, ciencia, filosofía, derecho, pero también la vida política y democrática. Así lo afirma Bourdieu: “la influencia de la televisión en la política se da por el temor aburrir y esto induce a los periodistas de tv a otorgar prioridad al combate sobre del debate, a la polémica sobre la discusión de argumentos. Incluso cuando se trata de políticos o funcionarios públicos, se hace hincapié en los aspectos privados, confidencias, rumores o cotilleos, más que en las sustancias de los debates.”

Pese a los criterios tanto positivos como negativos la televisión, nunca va a desaparecer, está cada vez tiene más acogida en la vida de las familias, pese al bombardeo constante de publicidad y otras programaciones que tienen a la sociedad totalmente confundida de la realidad, pero también es el mayor artefacto de distracción, ni el internet ha podido conseguir la importancia de la tv y ha debido aliarse a la misma.

11. MENSAJES EDUCATIVOS

11.1. Concepto de Mensaje

El mensaje es una noticia o comunicación que una persona envía a otra o pone en su conocimiento, en el día a día constantemente estamos manejando este término, durante las conversaciones directas con otras personas, virtualmente, o con los medios de comunicación.

Con estos últimos no se puede tener una retroalimentación por parte de quién recibe el mensaje y de quién lo envía, la radio, la prensa y la televisión cumplen las funciones de hacer llegar todos los hechos o sucesos del acontecer nacional eh internacional hacia las personas, pero estas solo escuchan, miran y leen lo que informan.

Dentro de la comunicación el mensaje juega un papel primordial ya que de este dependen las buenas relaciones humanas, dentro de la publicidad todo mensaje está

estratégicamente sustentado porque va dirigido a una audiencia bien definida y es emitido para que cumpla con objetivos específicos.

11.1.1. Etimología de la palabra Mensaje

Mensaje es, ya desde sus orígenes latinos, “algo que es enviado”. En efecto, se formó a partir del latín missus, el participio pasivo del verbo mittere, uno de cuyos significados era “enviar”. En francés antiguo, missus adquirió la forma mes “enviado” y se unió al sufijo- age; dando lugar a Message. Esta grafía llegó al castellano como mesaje, antes de adoptar la forma actual.

Etimológicamente mensaje tiene varios derivados, pero la finalidad ha sido la misma la de llegar con una idea, frase u oración al resto de personas, se han utilizado varias maneras de comunicación como: oral, escrita, mímica, simbólica, con la finalidad de interactuar con otras personas.

Los mensajes que nos transmiten los medios de comunicación, en especial la televisión en su mayoría son más visuales y auditivos, que es lo que cautiva a su público, sobre todo a los niños que prefieren algo llamativo, que tenga colores, es decir atractivo para su gusto.

11.1.2. Mensajes Televisivos

La televisión por ser la preferida de la sociedad, ha debido crear maneras directas de llegar con el mensaje a sus espectadores y que estas no sean solo momentáneas sino que tengan en la vida de cada persona un rol importante, es decir la televisión inyecta a su público programas, series, mensajes que no serán fáciles de olvidar.

Es decir aquí juega un papel primordial la publicidad que es transmitida a cada momento durante la programación de cualquier canal, en donde nos muestran artículos de venta, novedades del mundo, moda, de una manera constante es por ello que el público accede adquirir cualquier artículo novedoso, o ropa extranjera, juguetes que son los más cotizados por parte de los niños, que no solo les agrada el accesorio

si no que la marca comercial ha hecho que el pequeño interiorice o se grabe un tema musical que defina al muñeco o carro que desee comprar.

Durante la investigación realizada, los mensajes que los niños reciben en una parte se destaca a: los valores, el aprendizaje, la cultura, por otra parte algunos niños reciben como mensajes a lo que sucede en las películas, noticias, farándula, tomando en cuenta que estos programas no son contralados por sus padres y los niños los observan a diario.

Para los niños el recibir un buen mensaje se destaca en que la información que se brinde sea entretenida, de buena calidad auditiva y de imagen, los pequeños no consideran que se deba aprender a interiorizar y luego tener una retroalimentación para así poder comprender que nos dice, o que nos está mostrando la televisión.

Es importante que la televisión y en especial Élite Tv, tomen en cuenta que a los niños se les debería brindar mensajes que les ayuden a ser mejores personas, mejores compañeros, educados que compartan valores importantes, que no tomen como ejemplo a los dibujos animados o programas que no tienen ningún tipo de mensajes constructivos.

12. EDUCACIÓN

12.1. Etimología de Educación

El vocablo educación aparece documentado en obras literarias escritas en castellano no antes del siglo XVII. Hasta esas fechas, según García Carrasco y García del Dujo (1996), los términos que se empleaban eran los de “criar” y “crianza”, que hacían alusión a “sacar hacia adelante”, “adoctrinar” como sinónimo de “doctrino”, y “discipular para indicar “disciplina” o “discípulo”. Son términos que se relacionan con los cuidados, la protección y la ayuda material que dedicaban las personas adultas a los individuos en proceso de desarrollo.

También tiene un doble sentido etimológico, el cuál puede ser entendido como complementario a antinómico, según la perspectiva que se adopte al respecto. Su procedencia latina se atribuye a los términos *educere* y *educare*. El verbo latino *educere* significa “conducir fuera de”, “extraer de dentro hacia fuera”, desde esta posición, la educación se entiende como el desarrollo de las potencialidades del sujeto basado en la capacidad que tiene para desarrollarse. Más que la producción social, este enfoque plantea la configuración de un sujeto individual y único.

El término *educare* se identifica con los significados de “criar”, “alimentar” y se vincula con las influencias educativas o acciones que desde el exterior se llevan a cabo para formar, criar, instruir o guiar al individuo. Se refiere por tanto a las relaciones que se establecen con el ambiente que son capaces de potenciar las posibilidades educativas del sujeto. Subyace en esta acepción de educación una función adaptativa y reproductora porque lo que pretende es la inserción de los sujetos en la sociedad mediante la transmisión de determinados contenidos culturales. El fundador de la sociología como disciplina científica, el sociólogo francés Durkheim, es un representante de esta forma de concebir la educación, ya que para él, la educación se concreta en la inclusión de los sujetos en la sociedad a través del proceso de “socialización”.

A través de estos conceptos, es más fácil comprender a la educación, el concepto al que más se apega este término es el de criar, instruir al individuo para que este pueda encajar en la sociedad pero esto viene determinado desde sus hogares con las familias desde su nacimiento hasta su adolescencia, con la ayuda también de la escuela en dónde reciben la información básica es decir aprenden las materias básicas y con el tiempo el niño va definiendo su profesión.

12.1.1. Educación y Niñez

El ámbito educativo busca que los niños aprendan a socializar y convivir con los demás en distintos entornos, por ello se los debe preparar en los diferentes aspectos

que no conocen aún, como se explicaba en el concepto de niños son seres a los cuáles hay que educarlos, deben sacarlos de su mundo natural, algo salvaje para que pueda encajar en la sociedad.

Pero ¿quién educa a quién? esta acción es ejercida por las generaciones adultas sobre aquéllas que no han alcanzado todavía el grado de madurez necesario para la vida social. Tiene por objeto el suscitar en el niño un cierto número de estados físicos, intelectuales y morales que exigen de él tanto la sociedad política en su conjunto como en el medio ambiente específico al que está especialmente destinado.

Pese a tener esta influencia social el ser humano conforme avanza en su desarrollo no debe perder sus costumbres, hábitos, su lenguaje, quien influye va hacer en parte que el niño adquiera otras acciones sociales, pero solo el niño cuando alcance su grado de adultez podrá definirse aceptando sus raíces culturales.

Al hablar de educación directamente viene a la mente una escuela, colegio, universidad, u otros piensan en si el ser humano es bien educado o mal educado, esto son dos rasgos que se derivan del uso popular. Feroso (1982) y García Aretio (1989), se hace mención a la madurez o a la formación que el sujeto utiliza para orientar su integración en la sociedad. Las connotaciones éticas de esta perspectiva son obvias, dado que si la conducta del sujeto se adapta a las normas sociales, será considerada como adecuada o lo que es lo mismo, el sujeto tendrá “buena educación”. El segundo se fija en el contenido en lo que sabe, en lo que se ha adquirido, pero desde el punto de vista de la urbanidad, de los buenos modales, hablándose en esta ocasión de “tener poca o mucha educación”.

La sociedad en la que desarrolla el niño, está completamente dividida con ese estrato social que aún persiste por dividir a las personas, inclusive si la persona tiene un título académico es acogida y bien vista por los demás, pero si tal vez otra persona no pudo terminar sus estudios la juzgan según su criterio y con todos esos pensamientos los niños van creciendo y también van creando esas barreras frente a los demás que no tienen las mismas posibilidades educativas.

La educación según lo interpretado, solo sirve para que los niños aprendan a convivir en su entorno, etc., pero en realidad todas las personas deben seguir educándose, porque aún se desenvuelven en un entorno complicado y que mejor pese a ser ya adultos o de la tercera edad, tienen la oportunidad de seguir conociendo al nuevo mundo, porque cada día es distinto, los medios de comunicación muestran otra realidad a la cual deben adaptarse.

Como un ejemplo la misma tecnología ha hecho que las personas adultas inclusive de la tercera edad se modernicen, hoy en día no es raro ver a una persona con un teléfono celular, o buscando canciones en internet, en parte es como que el mundo ha dado un giro de 360 grados en el los más grandes aprendan de los niños, es lo más básico para poder conocer como todas las personas deben permanecer en un constante conocimiento del acontecer social.

La educación puede y debe abarcar todas las etapas de la vida, y no circunscribirse sólo a las etapas escolares, no hay que apartar de la persona sus valores que son importantes, los cuáles le van a definir y caracterizar en todos los ámbitos social, político, cultural, la educación no termina al contrario cada día es una oportunidad diferente para aprender nuevas cosas que enriquecen tanto en lo social como personal.

12.1.2. La educación y la tv ¿van de la mano?

La educación y la tv han sido siempre motivo de estudio por los distintos cuestionamientos que de estas han surgido en especial por la influencia que la televisión tiene en los más pequeños y esa rivalidad entre brindarle al espectador un buen programa entretenido pero que también lo eduque. Todo lo que la televisión proyecta a los niños y jóvenes ellos lo interiorizan y después lo toman como modelo a seguir, por ejemplo: la publicidad de todo tipo, inclusive marcan los estereotipos del ser humano, actualmente se trata de corregir esas ideas que nos han creado en base a como sería el modelo ideal tanto de mujer como de hombre.

Por otra parte se habla de la conducta que tienen los niños, al observar programas de dibujos animados, para ellos la ficción sigue siendo su mundo, que luego lo recrean con su familia o amigos.

Anderson, Huston, Schmitt, Linabarger y Wright (2001) se demuestra que los sujetos que habían dedicado más tiempo a ver televisión en la infancia manifiestan puntuaciones más altas en las distintas materias curriculares así como en determinadas actitudes.

Dentro la metodología que se puede aplicar para conocer estos resultados también hay que tomar en cuenta el papel que juegan los padres de familia y los maestros de la escuela, al igual que conocer qué tipo de actividades prefiere el niño, de esta manera se puede conocer si en realidad los padres optan por hacer que sus hijos observen programas más educativos, pero no se habla solo de que sea un programa que nuevamente les enseñe los números, a leer, etc., sino un programa en donde los niños desarrollen su imaginación o porque no ser parte del mismo.

El papel del docente es conocer si los niños deben tener un refuerzo en casa de lo aprendido en su escuela, pero de una manera distinta sin caer en la presión, porque el niño en vez de gustarle lo didáctico va a sentirse estresado y muy poco interés demostrará en las actividades.

También la maestra debe utilizar nuevas tácticas para que sus niños aprendan mejor la clase y porque no interactuar con ellos a través de videos, películas que ayuden a que los niños le pongan interés a todo lo explicado, así logren un éxito en sus calificaciones y más que eso les sirva para que puedan desenvolverse en los cursos siguientes.

En los países de primer mundo la educación que reciben los niños sirve como ejemplo a cómo deberían desarrollarse los programas en el resto de países por ejemplo en Estados Unidos, tiene una programación educativa Sesame Street y Mister Rogers Neighborhood son un buen ejemplo del poder educativo del medio televisivo.

Ciertamente, esta experiencia hay que contextualizarla en muestras americanas y con una población muy específica, pero puede ser un ejemplo pionero de televisión educativa. Programas que son desarrollados con la finalidad de que los niños tengan la verdadera visión del mundo que los rodea pero no se explica de que está con violencia u otro tipo de acciones sociales, sino que ellos desde pequeños sepan sobre los valores que deben prevalecer no solo en su hogar sino con la colectividad, el respeto por su país, defender su raza, su religión, aparte sentirse parte de y dejar de ser solo los espectadores que ni siquiera pueden interactuar con la persona que está en la televisión.

Los medios de comunicación saben que su éxito está en vender a la audiencia historias, pero que sean buenas que los cautive y los motive a seguirlas observando y todo está basado en la literatura en lo narrativo aparte las imágenes que deben tener mucha creatividad en el caso de las películas, muchas tienen una visión de cambiar el pensamiento del ser humano.

Se especifica un poco más sobre la narración y es que al señalarlas estas mantienen un equilibrio muy complejo entre dos funciones diferentes y complementarias. Por un lado, plantea significados cerrados y unívocos; pero por otro lado, también, transmiten significados abiertos y dialógicos que ofrecen la posibilidad de negociar y construir nuevos significados. Las narraciones televisivas buscan una respuesta en el telespectador y es a partir de este hecho, desde dónde se puede empezar a reconstruir los significados.

Según lo analizado es posible que la educación vaya de la mano con la televisión, pero todo está en la manera como se llegue hacia los niños, a veces se piensa que la responsabilidad de la televisión pasiva, la falta de creatividad que se puede observar en la infancia y en la juventud no se puede defender en base a los estudios que la psicología ha realizado en las últimas décadas.

Sucede que hay poca conciencia acerca de la importancia de la educación televisiva en la escuela. A veces, existe una fisura muy grande entre la realidad cotidiana del

alumno y su realidad escolar. Si es demostrable que los niños pasan la mayor parte del su tiempo libre viendo la televisión y desplazando a otras actividades, ¿Por qué no intervenimos para aprovechar el potencial educativo que presenta el medio? ¿Es posible y deseable enseñar a consumir de una manera inteligente los contenidos televisivos?

Son dos interrogantes muy específicas, a veces se piensa que el éxito del ser humano solo puede alcanzarse cuando es adulto y con un cargo empresarial importante, pero no es así la realidad nos ha demostrado que el ser humano se va a forjando desde pequeño, esto a través de las distintas motivaciones que tiene por parte de su familia y profesores. Como señala Aguaded (2005) la educación de la competencia televisiva es un recurso clave para superar el “divorcio” existente entre los universos mediáticos y el escolar de los alumnos. La adquisición de habilidades para aprender y enseñar a ver televisión favorece la conexión de la escuela con el mundo cotidiano de niño o adolescente y además acerca otros medios de comunicación a la realidad de las aulas.

Es importante que así como a los niños se les enseña cómo deben ser para que encajen en la sociedad, así también hay que fomentarles una buena cultura de cómo pueden y deben observar a la televisión y porqué hacerlo, hay que ser realistas esta presenta formatos diferentes a los textos, materiales de instrucción u otras fuentes de aprendizaje. Los contenidos televisivos representan un complejo sistema simbólico que requieren de una decodificación de poder ser comprendidos por los alumnos, e incluso, por muchos adultos.

Por esta razón, es conveniente capacitarlos para que puedan decodificar determinados códigos simbólicos que faciliten la comprensión del contenido. Es cierto que la imagen, también, está presente en los textos que la escuela maneja, y en este sentido no se puede decir que es algo nuevo. No obstante, no hay que olvidar que en la televisión tiene más prioridad el pensamiento asociativo y primario versus el pensamiento reflexivo, lógico o racional. En este sentido, se dice que genera un

discurso diferente. De hecho, el esfuerzo intelectual que supone leer un libro incluso un comic es bastante más grande que el de sentarse a ver la televisión.

La educación con la televisión deben ir de la mano para que así los niños puedan tener una idea clara del mundo en el que se desenvuelven y crezcan no solo con el ejemplo que reciben de los adultos, o lo que se les puede enseñar en un centro educativo, sino que sepan que la tv aparte de que les puede entretener también pueden aprender de ella sin caer en el aburrimiento.

12.1.3. El reto del docente frente a la televisión.

Los adultos no sólo deben hacer el esfuerzo de una visión compartida sino que deben mostrar confianza en su propia capacidad para influir en ellos. Por otro lado, uno de los aspectos más importantes para el profesorado es que tenga adquiridas las competencias y actitudes necesarias para la estimulación y el desarrollo de valores.

“Al comparar la influencia de la televisión con otros medios, como la radio o el libro concluye que la televisión facilita el recuerdo de las imágenes concretas de los personajes, aunque con referencias a la narración vagas e imprecisas, mientras que cuando se oye o se lee una narración los niños relatan con más precisión y concreción la historia dado que no pueden apoyarse en las imágenes visuales. La mayor parte de las investigaciones que han comparado la comprensión de una narración visual y una verbal concluyen que los niños recuerdan más aspectos del relato visto que del únicamente “escuchado”. (Greenfield 1985, p 78)

Para una de las Organizaciones Mundiales más importantes como es la UNESCO esta considera a la televisión como: un servicio de información, educación y entretenimiento.

El informe sobre el impacto de la televisión en la infancia elaborado por Del Río y otros (2004) ofrece diferentes orientaciones y propuestas para una influencia positiva de la televisión de gran interés tanto para los productores como para la actuación educativa e investigadora.

Igualmente, han propuesto la necesidad urgente de crear un observatorio sobre el desarrollo infantil y la televisión que ayude a la sociedad a asumir propuestas culturales sobre sí misma y a elegir la dieta mediática.

Se piensa que los medios de comunicación al ser utilizados de manera intencional, es posible educar en valores y lograr alumnos más críticos. La televisión puede ser utilizada por el profesorado en cuatro áreas que impregnan el currículo escolar:

- 1.- Como instrumento o estrategia didáctica en cualquier área de aprendizaje (lenguas, social, matemáticas, expresión plástica, etc.)
- 2.- Como una variable mediadora que favorezca la interdisciplinariedad mediante programas sobre por ejemplo: el desarrollo de la mente, la vida en otros planetas, las costumbres no occidentales, la comunicación en el mundo animal, etc.
- 3.- Como una estrategia para transmitir información estructurada que proviene de fuera del aula.
- 4.- Finalmente, la televisión se utilizará como un medio para transmitir información elaborada por los propios alumnos, con sentido crítico y participativo.

Si estas ideas fueran acogidas por los medios televisivos, de seguro los niños sentirían que tienen apoyo, que sus ideas son valiosas y que pueden crear programas entretenidos, con talleres, música, teatro, danza, títeres un segmento dirigido por niños y para niños.

La televisión no tiene influencia directa (buena o mala) sobre el telespectador sino que la relación es compleja y es preciso conocer las variables que intervienen en cada caso para poder analizar dicha relación. La investigación ha puesto de manifiesto que intervienen variables ligadas al sujeto (inteligencia, edad, etc.) al programa (adecuación a la edad, estructura, etc.) al contexto donde se ve la televisión y a la mediación de adultos en el propio visionado.

El mensaje que transmite la tv es entretenido como unívoco, y los niños son considerados espectadores individuales, aislados y pasivos ante tal mensaje, lo único que les atrae son buenas series animadas que tengan buena imagen y sonido.

13. CONTENIDOS TELEVISIVOS

La televisión al ser un medio que tiene una gran acogida, debe clasificar los contenidos que va a transmitir en los distintos horarios para lo cual se basa en la Ley Orgánica de Comunicación en su Art. 60 Identificación y clasificación de los tipos de contenidos. Para efectos de esta ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos se identifican y clasifican en:

1. Informativos-I
2. De Opinión-O
3. Formativos/Educativos/Culturales-F
4. Entretenimiento-E
5. Deportivos-D
6. Publicitarios-P

Los medios de comunicación tienen la obligación de clasificar todos los contenidos de su publicación o programación con criterios y parámetros jurídicos y técnicos.

Para las personas que se encuentran al frente de los medios de comunicación y sobre todo de quienes están encargados de seleccionar los contenidos que van a ser transmitidos deben tomar en cuenta la franja horaria y que se va a presentar.

Tomando en cuenta es importante hacer un análisis sobre los contenidos televisivos que se presentan actualmente los medios piensan que con poner a jóvenes bien parecidos a competir o a estar peleando en la pantalla es lo mejor, lastimosamente el público que los observa piden más, hasta los niños son fanáticos de programas como

calle 7, Bln la competencia, combate, inclusive uno de estos programas realizó una competencia para niños. No se aparta que el deporte es bueno, pero los niños no catalogan esto como un despeje a sus actividades cotidianas, mejor se acoge a estos personajes como sus ídolos, y se fanatizan por personas que han creado una fantasía, y eso vende los medios diariamente en Ecuador.

Ernesto Laclau (2008) menciona lo siguiente:

“Si algo nos caracteriza como sociedad es la abundancia de signos sin sentido establecido, signos vacíos de relación y experiencia; signos que deben ser llenados de significado a través de intervenciones narrativas y argumentativas. Significar por tanto es un acto político. La mejor táctica, producir sentido desde la narración.” (Laclau 2008, p. 10).

Muchos programas fallan a causa de la orientación adulta, el lenguaje y los conceptos complejos u otros factores de índole adulta.

El contenido y el lenguaje infantil deben ser relevantes al grupo de edad al cuál se dirige. Por ejemplo un programa destinado a niños más pequeños, no debería incluir lenguaje que niños más grandes pudieran entender mejor. El lenguaje debe ser comprendido fácilmente sin ser demasiado simple o mal articulado.

- a) Es entretenido: la meta de todos los programas infantiles, debería ser entretener a los niños. Un programa infantil puede ser dramático o no, diseñado para educar o para divertir, los ingredientes de un programa de calidad excelente para niños incluye una buena historia, humor, espontaneidad y un ritmo apropiado para el relato de la historia.
- b) Un programa infantil está bien producido, utilizando recursos suficientes para asegurar un estándar de calidad en el guión, la dirección, la edición, el sonido y otros elementos de producción. El dinero no es necesariamente lo que le da calidad a un programa. El objetivo de este estándar se refiere al uso hábil y profesional de recursos en todas las áreas de producción: desde la

investigación inicial del concepto, el desarrollo y la edición del guión, hasta la presentación final en pantalla. En términos de la producción, este criterio requiere un casting, acción y dirección manteniendo una perspectiva infantil. En términos de dirección, se refiere a utilizar toda la habilidad, originalidad y técnica esperada por una audiencia infantil sofisticada y experimentada con los medios audiovisuales.

- c) Un programa infantil estimula la razón y la experiencia del niño: al estimular la experiencia de un niño se puede realizar con entretenimiento, ya sea con humor o con drama. Este criterio significa que un niño debe aprender algo nuevo sobre su experiencia o perspectiva, como por ejemplo, una nueva visión de amistad, relaciones de familia, escuela, presiones sociales, modelos a seguir y emociones.

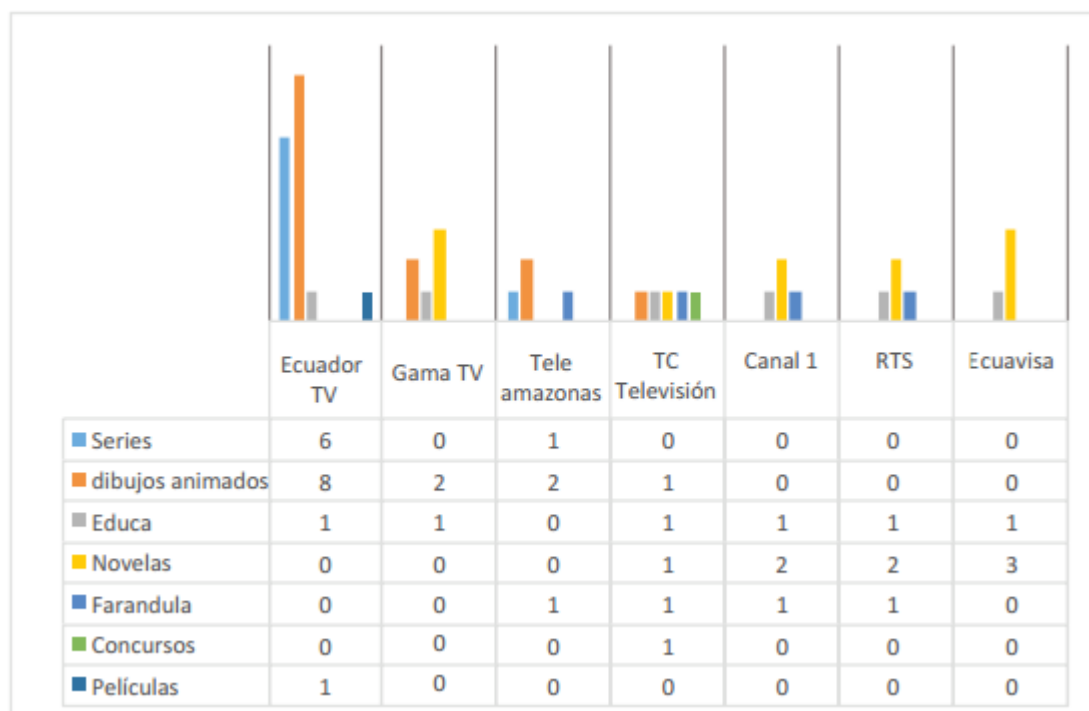
Los productores de los programas infantiles deben entender las características emocionales, intelectuales y sociales que son relevantes para grupos de edad específicos y crear programas que se enfoquen en las necesidades e intereses de los niños.

- d) Un programa infantil es apropiado para niños de un país específico: Los países contemporáneos son una sociedad diversa y multicultural, la experiencia de los niños con la televisión es demasiado amplia.

Los investigadores del Laboratorio de Comunicación y Derechos Humanos (Labcyd) analizaron la programación de siete canales de televisión abierta y concluyó que la producción nacional orientada al público infantil aún es escasa. En el país, Educa tv es el único programa ecuatoriano con un lineamiento enfocado hacia niños, niñas y adolescentes. Según el estudio, el 51,47% de la programación transmitida en la televisión está dirigida hacia los menores de la casa, siendo Ecuador TV el medio donde más se difunde este tipo de contenido. El canal público realiza 37 transmisiones para niños, mientras que Gama Tv lo hace en 20 ocasiones y Teleamazonas en 10. Solo el 1,08% de la programación infantil tiene un espacio de

duración de una hora. La mayor parte de estos productos bordean entre los 30 y 40 minutos al aire.

A diferencia del medio público, los demás canales enfocan su programación hacia otros contenidos y audiencias. En RTS, Teleamazonas y Canal Uno predomina la farándula, mientras que en Ecuavisa y Gama Tv las novelas.



Fuente: Labcyd.

Los investigadores critican el mal uso de las franjas horarias que realizan ciertos medios televisivos, pues contenidos que corresponden a categoría B, por su violencia, discriminación o sexualidad, aparecen en el horario de todo público, a través de spots publicitarios.

Hace no mucho tiempo en el Ecuador se implementó nuevos espacios televisivos que son transmitidos en espacio de cuatro a cinco de la tarde, horario en el que los más pequeños se encuentran ya en sus hogares, un ejemplo es el programa “Veó Veó” que pasa a través de la televisora pública Ecuador TV, el mismo que ganó un

reconocimiento a nivel internacional, quedando finalista en el Festival Prix Jeunesse Internacional en Munich, este evento que se realiza en Alemania desde el 30 de mayo hasta el 4 de junio de cada año. Este evento es dirigido hacia todos los programas mundiales que se dedican espacios determinados a los niños, por lo que este programa ecuatoriano fue nominado a la categoría de “no ficción”.

Para finalizar es necesario que en la ciudad de Latacunga se implemente un programa televisivo infantil el cuál este basado en las leyes, siendo de beneficio para los más pequeños del hogar, mismos que son importantes y merecen tener un espacio en dónde puedan exponer sus ideas, demostrar a la sociedad en general que desde temprana edad pueden explorar el mundo de la comunicación, haciendo que sus padres dejen de lado el mal concepto de que la televisión no enseña nada y es solo una distracción, todo esto puede cambiar si se empieza por demostrar que este panóptico es fácil de comprender y que tiene la facilidad de enseñar, entretener e informar a través de imágenes y sonidos.

14. PROGRAMACIÓN TELEVISIVA

La programación es otro de los puntos relevantes dentro de la investigación ya que de esta depende que el medio televisivo tenga o no acogida por parte de los televidentes, abarca muchos aspectos sociales, políticos, culturales, deportivos, que son el pan de cada día de la sociedad, todo estos están estructurados acorde a las necesidades de las personas muchas de la veces sin tomar en cuenta como lo transmiten o los distintos impactos que pueden causar.

En el Ecuador por este motivo se han insertado en los medios de comunicación no solo en la televisión sino también en la radio, segmentos culturales, o el programa más conocido “EDUCA” en estos se refleja las historias cotidiana contadas por niños y adolescentes en donde muestran algo más educativo, pero aquí surge una rivalidad mientras en un canal se transmite el programa educa en otros están las novelas,

concursos, dibujos, películas, que son los mayores competidores, esto hace que se pierda el interés por la información y se prefiere la “diversión”.

En el país se ha creado una ley que reforme los horarios de transmisión de los segmentos en los medios de comunicación, esto en mejora no solo de la producción sino también como una medida de responsabilidad sobre lo que se informa o se indica en los mismos.

Dentro de la Ley de Comunicación en su Art.65 se establecen la clasificación de audiencias y franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado.

1.-Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00 en esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apto para todo público.

2.-Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público con vigilancia de una persona adulta.

3.-Adultos: compuesta por personas mayores de 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 6h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas.

En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y clasificación de contenidos.

Entendiendo y conociendo todo lo que dice la Ley Orgánica de Comunicación, es preocupante saber que los medios de televisión en parte tratan de cumplir con estos parámetros y respetar los horarios que están establecidos en las franjas horarias, pero esto no es única responsabilidad de los medios sino también de los padres de familia que poca es la importancia que brindan a lo que observan sus hijos y que es lo que ellos aprenden día tras día de la televisión.

Ahora para que televisión cumpla las expectativas de los televidentes debe reunir dos requisitos:

- a) Estar disponibles para las demandas de los niños, lo cual conlleva estar junto a ellos.
- b) Saber “leer” la televisión.

La investigación está centrada en el canal Élite Tv canal 45 de la ciudad de Latacunga el cuál dentro de su parrilla de programación no tiene un programa infantil o un espacio dedicado específicamente para satisfacer las necesidades de distracción, creativas o de buen entretenimiento que requieren los niños.

Élite tv dentro de sus horarios, transmite noticias, informativos, entrevistas, en su mayor parte del tiempo, actualmente hace algunos meses salió al aire un programa concurso el cual ha cautivado a las familias cotopaxenses porque es un horario en el que toda la familia está reunida y pueden jugar el denominado concurso de bingo “Juega Familia” que se transmite todas las noches desde las 21h00 hasta las 22h00.

Haciendo un análisis de la programación de Élite Tv, se encuentra dividido de la siguiente manera:

06h00-08h00 Noticias - Entrevistas (retransmitidas en Élite radio 103.03 FM)

08h00-21h00 Películas

21h00-22h00 Juega Familia (Miércoles, Jueves y Viernes)

21h00-22h00 “Última Palabra” (Entrevistas, los días Lunes y Martes)

22h00-00h00 Películas

Claro que no hay que dejar lado la publicidad que tiene y que pasa a cada momento, promocionando los distintos lugares o sectores de la provincia de Cotopaxi, los fines de semana se dedica los espacios a los videos musicales.

En la provincia de Cotopaxi algunos canales de televisión son transmitidos por señal abierta y otros por tv cable, pero solo uno ha puesto el empeño o ha buscado la manera de insertarse en la vida de los niños con un espacio infantil conducido por una persona adulta la cual anima este programa denominado “Wawakuna Tv” del canal comunitario Tv MICC.

A veces lo que más se vende es la publicidad antes que la programación que un canal pueda tener, no existe interés por realizar algo novedoso distinto a lo tradicional, al mejorar la parrilla de programación el canal tendría más acogida no solo en Latacunga sino también en los cantones a los cuales pueda llegar la señal del canal 45.

La competencia también es dura frente a la televisión por cable la cual presenta una variedad de programación y que un porcentaje de niños tienen acceso a la misma donde pueden escoger canales extrajeron antes que los nacionales.

En muchos casos los padres trabajan es por ello que de alguna manera quieren que sus hijos estén entretenidos viendo la televisión no importa cuánto tiempo sea pero que les dejen trabajar o tengan algo en que pasar el tiempo.

Aquí también juega otro papel importante la tecnología con las distintas plataformas virtuales, está YouTube al cual los niños también pueden ingresar a ver series, dibujos animados, escuchar música o ver episodios de novelas, etc.

Los adultos piensan que a los niños hay que darles lo que les gusta y es diversión, entretenimiento, son los adultos quienes a veces incitan a sus hijos a mirar la tv o que observen alguna película de terror o violencia, aquí entran los estereotipos como: “mírala, no tengas miedo eres hombre”, o “mira hija esa modelo del video es guapa,

alta, delgada, así debes ser tú”, desde ahí se fomenta al niño o a la niña que tengan otra perspectiva de su mundo, de su cuerpo.

Las películas que son transmitidas en Élite Tv es en cualquier horario, de todo tipo, terror, drama, comedia, dibujos, el espacio de programación quizás sea algo serio pero no tiene ese toque especial de algo novedoso y entretenido, claro que un programa de juegos de azar es interesante y de emoción, pero mucho mejor sería si los niños de Cotopaxi puedan tener un espacio en el cual ellos disfruten de estar en un medio de comunicación, realicen su propio programa, presenten segmentos, hasta los padres se sentirían motivados de ver a sus hijos formándose como futuros profesionales en la comunicación.

Pese a todo esto todavía existe la idea de que la televisión es mala influencia para los niños por los aspectos antes mencionados, pero es claro que se debe definir a la audiencia infantil como activa, receptora y creadora de varios significados, es imposible negar que la televisión es la mayor influencia siendo que esta transmite varios contenidos que sirven de ejemplo para los pequeños, los mismos poco a poco comienzan a construir su propia imagen y a observar al mundo de otra manera.

M, Alonso y Vásquez (1995) manifiestan: “La TV no enseña nada por sí sola, ya que el niño necesita conectar esos mensajes con sus experiencias e ideas previas y en este proceso evidentemente influyen otra serie de agentes socializadores o comunidades de significación.” p.98)

Si los niños tuviesen la oportunidad de conocer el medio televisivo más a fondo, no únicamente por darse a conocer en el mundo de la comunicación sino para aprender los unos de los otros, así teniendo una visión distinta de las realidades que pasan otros niños, su calidad de vida, inclusive podrán hacer de lado los estereotipos que los han marcado por toda su infancia, estos programas no solo fomentarán valores en la familia sino que los harán mejores personas dentro de la sociedad.

14.1. Programación televisiva extranjera.

Tomaremos en cuenta también la programación de otros países casi no hay diferencia porque la industria de la comunicación no ha pensado en los niños sino en el lucro que pueden conseguir al poner al aire cierto tipo de programas que tengan o no un buen contenido, la finalidad es que sea consumido. Tal y como se observa en las películas de dibujos animados de Disney y tal como explica Giroux (2002), estos productos mediáticos reflejan valores relacionados con el respeto a la autoridad, la jerarquización social, el papel central de la familia nuclear tradicional, el mantenimiento de la ideología patriarcal, el refuerzo de las diferencias raciales y la desigualdad de clase, la defensa del consumismo, la competitividad, el patriotismo, la democracias entendida como libertad individual para elegir entre distintos productos de consumo, etc.

Giordano (2000) comenta que: “Se puede afirmar que en la llamada sociedad de la información impera la cultura de la imagen y el medio televisivo impone sus reglas y formas de comunicación ejerciendo una influencia importante en la transmisión de la ideología dominante.” p, 28-31).

En cuanto a las series de dibujos animados que también es una novedad en la vida de los niños es las series japonesas, las cuáles están centradas en un contenido marcado por el uso excesivo de violencia y su pobre calidad estética. Son estas historias que no sólo exaltan los comportamientos violentos sino que estos se convierten en un fin en sí mismos, la violencia gratuita, la competitividad, el liderazgo y el sometimiento al líder, el individualismo, el egoísmo, etc., son algunos de los valores que se transmite en estos programas.

Las historias, son adaptaciones literarias que a través del tiempo han sido puestas en pantalla para que las personas la conozcan y las recreen en su mente, también es importante conocer los contenidos que se observa y más si los niños van a tomar como ejemplo a esa historia o dibujo.

Ya que como bien apuntan los teóricos Dorfman y Mattelart (2002): “Los niños crecen influenciados por una “literatura infantil y por las representaciones colectivas que la producen”.p.37). Además, muchas de estas series japonesas, producidas a muy bajo costo mediante la animación por un computador, presentan una calidad estética muy pobre con repetición constante de escenas, poca expresividad en los personajes, mala coordinación en los movimientos, etc. Al igual que en muchas de las series norteamericanas la historia se basa en los conflictos entre los “malos y buenos” con el triunfo de estos últimos.

Todo esto es lo que a diario consumimos, de esto nos llenado la televisión durante años, desde su aparición, siempre llegando a tener más acogida dentro de los más vulnerables como son los niños, los canales de televisión al no tener que poner en sus segmentos optan por este tipo de programas que carecen de un buen fundamento primero para ser denominado programas televisivos entretenidos y segundo por estar al aire siendo que ni siquiera están bien estructurados desde el inicio. Resulta necesario diseñar el entorno diario, los contextos y escenarios de la vida infantil para alcanzar sus mejores potenciales de desarrollo y definir estrategias para situar positivamente a la televisión en ese entorno.

14.1.1. ¿A mayor publicidad televisiva mejor ganancia para el medio?

Dentro de la programación también cabe mencionar a la extrema publicidad que los medios colocan al aire, sin tomar en cuenta que esta tenga contenido bastante explícito para los niños, llevando su distracción hacia otro lado, perdiendo el hilo que tenían mientras observaban sus series favoritas.

Lo que más se ha criticado es la adopción de un modelo de televisión comercial se observa en el propio contenido de la televisión infantil: series importadas, excesiva e inapropiada emisión de publicidad entre y durante los programas, aquí se demuestra que lo que mueve a los medios es el dinero, antes que la buena producción creada por y para sus televidentes.

Como señalan Kubey y Csikszentmihalyi (1990): “Es imposible mejorar significativamente la experiencia televisiva si no se mejora también el resto de la vida.”p.216).

Pero no solo se debe tomar en cuenta dentro de la programación las series, sino también los espacios publicitarios que es lo que también genera ganancia para los dueños de los medios, muchas veces se muestra en exageración productos para niños y niñas y otros aspectos que también influyen en su manera de comportarse y sus ideas.

Por ejemplo a las niñas dentro de la publicidad siempre se les oferta juguetes y accesorios (sobre todo representado en bebés o bellas mujeres a las que probar vestidos), así como productos de belleza; a los niños se les seduce con juguetes electrónicos, videojuegos o juegos de manipulación. Los espacios publicitarios dirigidos a los niños se caracterizan por un ritmo más rápido y dinámico e incluso por una mayor presencia de comportamientos violentos. Sin embargo, en estos espacios es menor la expresión clara de sentimientos, incidiendo en la construcción de la identidad masculina tradicional.

La programación infantil no solo en el Ecuador, sino también en otros países europeos es insertada dentro de los llamados programas “contenedores”: son bloques que enmarcan un conjunto de episodios de series de dibujos animados, fundamentalmente, pero también de series de socialización de género. Como expone Conteras: “La utilización de estos bloques “contenedores” proporciona visible rentabilidad a las cadenas televisivas.”(Contreras, 1992:13 y ss). Sirve para crear “imagen de cadena”, para que se identifique la serie de éxito con la cadena desde la que se emite; de hecho, hay un bombardeo constante con las cortinillas de identificación del “contenedor”.

Suponen un extraordinario soporte publicitario: publicidad contenida en las pausas publicitarias, publicidad patrocinada del propio bloque, de las mini secciones, de los mini concursos, de las series insertadas, publicidad encubierta por el consumo o

exhibición ante las cámaras que realizan los presentadores/as, de determinados productos y juegos, con sus reclamos (regalos que conlleva el consumo del producto) publicitarios respectivos.

Proporcionan una pertenencia de espacio más allá de las diferentes series y secciones, con un ritmo específico, con el objetivo de fidelizar la audiencia.

Sirven de trampolín de “estrellas” o figuras muy conocidas y queridas por el público infantil, las/os presentadoras/es (reales y virtuales), figuras vinculadas a la audiencia infantil, y por tanto, muy rentables para la propia cadena y para la rentabilidad publicitaria.

En la mayoría de las cadenas televisivas, lo que más se vende a los espectadores es una fantasía, dentro de la “industria infantil” se busca la manera de presentarle nuevos dibujos animados que se conviertan en el mayor producto del mercado (mochilas, zapatos, cuadernos, ropa) todo de su personaje favorito y alimentando la idea de que el súper héroe siempre será un joven que le rescata a la “débil” chica.

Dentro la programación de Élite si bien es cierto carece de un segmento infantil, pero dentro de cada uno de sus programas se manifiesta lo antes mencionado, el hecho de vender y atrapar más audiencia solo se ha creado un programa de entretenimiento familiar en un horario nocturno.

En un estudio más profundo dentro de las emisiones diarias no hay antecedentes de que se falte al respeto al género, más bien se busca incluirles como dispone la ley, pese a ser un canal que tiene señal solo en Cotopaxi y muy poco en Tungurahua ha tratado de mantener su línea periodística es decir llevando a la pantalla distintos segmentos (entrevistas, noticias, reportajes) al igual que la publicidad que trata de lugares de Latacunga, restaurantes, empresas, cuidando y protegiendo la identidad de no solo de las personas sino también de la provincia.

14.1.2. Características de una programación de calidad.

Dentro de un programa infantil y de calidad lo que debería ser prioritario es el educar en el respeto a la persona y los grupos sociales, fomentar y facilitar la convivencia, estimular la tolerancia, propugnar la igualdad en todas sus acepciones como: sexo, razas, creencias, oportunidades, evitando la discriminación de género que adjudica determinados valores a las niñas y otros muy distintos a los niños; apoyar la integración, promover la no violencia, potenciar la no discriminación.

Cabe mencionar que los programas deben estar acorde a las edades de los niños es decir para ello se debe investigar a través de una metodología y determinar de qué edad a qué edad observan el canal Élite 45, el horario en el que más lo sintonizan, si lo observan con sus padres, que programa les entretiene más, según esto se puede determinar el alcance que tendría si el canal antes mencionado, propone en su parrilla una programación infantil, tomando en cuenta lo investigado y sin dejar de lado que el mismo sería dirigido por niños.

Es importante fomentar en un programa televisivo lo siguiente:

- 1.- Fomentar el desarrollo emocional, cognitivo y físico de los niños más pequeños.
- 2.- Desarrollar la creatividad.
- 3.- Estimular su imaginación con juegos, personajes y fantasías constructivas.
- 4.- Utilizar un lenguaje elaborado y correcto, cuidando el vocabulario, la sintaxis y empleando menos muletillas, palabras comodín y jerga. Crear el hábito por la lectura.
- 5.- Ofrecer una imagen positiva de la vida.
- 6.- Fomentar la participación a través del juego y del respeto a sus reglas.
- 7.- Ofrecer distintas opciones ante los estereotipos sociales y sexuales (evitando la discriminación de género que adjudica determinados valores a las niñas y otros muy distintos a los niños.)

8.- Facilitar conocimientos, estimulando su interés intelectual y su curiosidad científica para pensar desde la TV.

9.- Fomentar la expresión y comprensión del arte y la estética.

10.- Informar sobre la realidad del mundo que les rodea y la forma de vida en otros países.

11.- Educar en el respeto al otro y en la convivencia pacífica y democrática.

12.- Relacionar a niños de grupos étnicos diferentes y/o nacionalidades distintas.

13.- Mejorar el concepto que puedan tener respecto a los diversos grupos que configuran una sociedad plural y diversa.

14.- Fomentar el respeto hacia sí mismo en grupos o minorías oprimidas.

15.- Potenciar la conciencia crítica y autocrítica.

16.- Fomentar los hábitos en una vida saludable.

17.- Evitar el consumismo, analizando el significado de los anuncios.

18.- Cuestionar constantemente las actitudes y los actos violentos y su trivialización.

19.- Rechazar el culto excesivo al cuerpo y la preocupación obsesiva por la figura.

Se debe exigir a los medios de comunicación, y en concreto a la televisión, que se convierta en un motor del cambio social y que ejerzan tareas de autocontrol en cuanto a la transmisión de imágenes estereotipadas de hombres y mujeres. Sin duda, sería algo magnífico, pero, quizás ese papel sólo puedan jugarlo en el marco de un sistema mediático diferente, ya que tal y como plantea Silverblatt (2004: 41), otra forma, podríamos estar pretendiendo que los medios cubrieran unas funciones para los que no han sido diseñados (podemos añadir que, por lo menos, en su forma de organización actual). Con unos medios cuyo único objetivo es atraer a los mayores niveles de audiencia posible, confiar en el autocontrol tiene mucha utopía.

Los formatos más adecuados para los programas infantiles señalan aspectos como la necesidad de tener en cuenta las posibilidades de las nuevas tecnologías; la importancia de cuidar la forma y la velocidad de exposición de las imágenes de los contenidos en todas las edades, la necesidad de impulsar la televisión lúdica frente a la televisión espectacular; la relevancia de promover la participación de los niños y educadores en la producción de programas; la importancia de aprovechar la riqueza cultural del país para la creación de dibujos animados u otros formatos de calidad. (Del Río y Román, 2005:33-34).

Para las personas en general desde que somos pequeños el estar frente a la televisión es mayor ocio que encontramos, los niños en sus distintas etapas de desarrollo buscan interactuar, descubrir que es lo que les rodea, la televisión es su juego favorito, les llama mucho la atención por su variedad de características, sonidos, imágenes, colores, saben cómo encenderlo pero difícilmente se consigue que lo apaguen.

La inclusión de niños en el mundo de la televisión no es tan sencilla, se requiere de paciencia y dedicación, por parte de los padres de familia y de sus hijos, al igual que de los maestros que deben brindar sus conocimientos desde una manera distinta, ahora a través del internet se pueden realizar muchas actividades de socialización.

La industria de la comunicación ha visto a los niños solo como consumidores, personas que aún no están en un raciocinio y que su influencia depende de la calidad de vida que lleven, ahora si un canal de televisión admite que los niños son mucho más que eso, que buscan hacerse escuchar, que les encanta explorar por sí solos que están dispuestos a romper aquellos esquemas que dividen a la sociedad.

Sería un gran avance no solo de la televisión sino de la humanidad, pero todo empezaría desde su hogar puesto que todo empieza ahí, luego en su escuela para que mediante una recepción crítica de los medios de comunicación es un aspecto transversal contemplado en la actual ley educativa y del ámbito social o institucional, pues se considera que deben protegerse los derechos de la población infantil a excesos temáticos o publicitarios de las cadenas.

15. VALIDACIÓN DE PREGUNTAS CIENTÍFICA O HIPÓTESIS

¿Existen contenidos educativos en la programación de Élite TV?

¿Qué prefieren los niños frente a la programación televisiva?

¿Qué tipos de mensajes son los que reciben los niños?

¿Es importante la creación de un programa infantil en Élite Tv?

16. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

Los medios de comunicación mantienen diversas opciones de transmisión de mensajes hacia su público objetivo; sin embargo surgen algunos inconvenientes que no permiten que exista una eficacia que favorezca el trabajo que desarrollan. Según la Ley Orgánica Art. 15 los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

Por lo cual, los enfoques que van a ser utilizados para el desarrollo de esta investigación desde la metodología de la investigación son:

16.1. Método cualitativo:

Explora las relaciones y describe la realidad tal y como la experimentan los individuos. La información es obtenida a través de muestras, las cuáles mantienen un margen mínimo de error y nivel de confianza, para lo cual se va aplicar una encuesta a 150 estudiantes de la Unidad Educativa Isidro Ayora.

16.2. Método cuantitativo:

El objetivo de este método es trabajar de manera directa con la población, respondiendo a preguntas tales como: cuáles, dónde y cuándo. Es objetiva y a su vez toma una parte del proceso como variable independiente.

17. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Para la recolección de datos se usó una técnica detallada a continuación:

- Encuesta

17.1. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”.

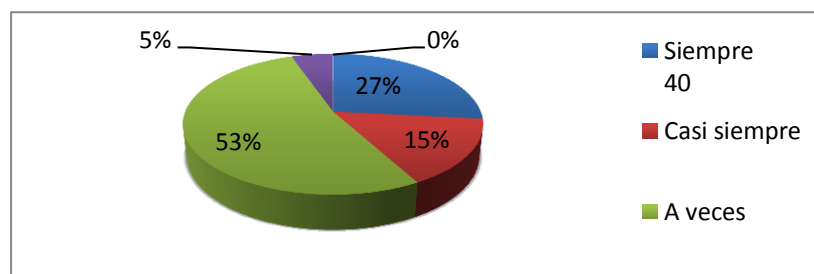
1. ¿Mira usted televisión?

Tabla 2: Interpretación sobre la Observación de la Televisión

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	40	27%
Casi siempre	23	15%
A veces	79	53%
Rara vez	8	5%
Nunca	0	0%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 1: Análisis observación de la televisión



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 150 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 79 estudiantes manifestaron que miran televisión lo que corresponde al 53%.

Interpretación: Los alumnos manifestaron que si miran la televisión, lo cual determina que los niños sienten interés por este medio de comunicación.

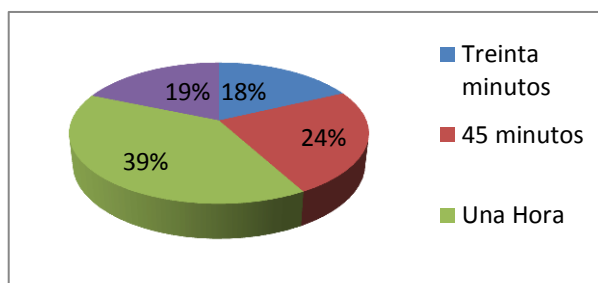
2. ¿Qué tiempo observa televisión?

Tabla 3: Interpretación sobre el tiempo que miran Televisión

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Treinta minutos	27	18%
45 minutos	36	24%
Una hora	59	39%
Más	28	19%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 2: Análisis tiempo que miran televisión



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 150 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 59 estudiantes manifestaron que observan más de una hora televisión lo que corresponde al 39%, mientras que el 18% corresponde a 27 estudiantes que observar solo media hora la televisión.

Interpretación: La mayor parte de estudiantes encuestados, dedican una hora de su tiempo para observar la televisión, mientras que en un pequeño porcentaje tan solo la observan media hora.

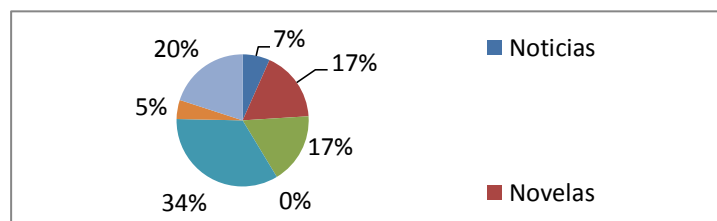
3. ¿Qué programas observa más en la televisión?

Tabla 4: Interpretación sobre los programas más observados en la Tv.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	10	7%
Novelas	26	17%
Deportes	26	17%
Farándula	0	0%
Dibujos Animados	51	34%
Segmentos Educativos “EDUCA” “VEO VEO”	7	5%
Películas	30	20%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 3: Análisis de los programas más observados en la Tv.



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 150 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 51 estudiantes manifestaron que el programa que más observan en la televisión son los dibujos animados lo que corresponde al 34%. Mientras que el programa que menos miran es Farándula con 0% de alumnos interesados.

Interpretación: La farándula es el programa televisivo que tiene menos acogida en los niños, no les llama la atención, al igual que pocos muestran interés por las noticias, deportes, novelas, segmentos educativos, en cambio en su mayoría lo que más les atrae son los dibujos animados y las películas.

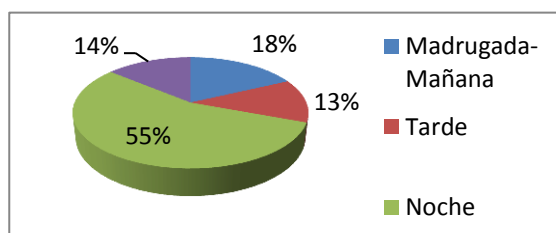
4. ¿En qué horario mira televisión?

Tabla 5: Interpretación sobre el horario que mira Tv.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Madrugada-Mañana	27	18%
Tarde	19	13%
Noche	83	55%
Todo el día	21	14%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 4: Análisis del horario en que mira Tv.



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 150 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 83 estudiantes manifestaron que miran televisión en la noche lo que corresponde al 55%. Mientras que el 13% corresponde a 19 estudiantes que prefieren observarla en la tarde.

Interpretación: Los estudiantes investigados en su mayoría prefieren observar la televisión en el horario de la noche, mientras que algunos lo hacen en la mañana, tarde o a veces todo el día.

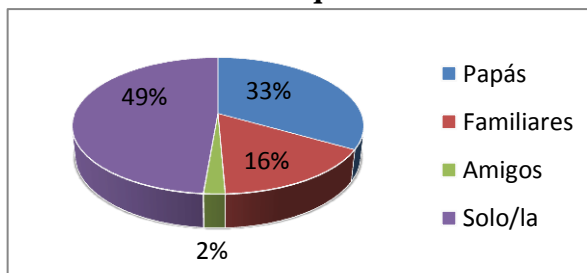
5. ¿Con quién observa televisión?

Tabla 6: Interpretación de con quién observa Tv.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Papás	50	33%
Familiares	24	16%
Amigos	3	2%
Solo/la	73	49%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 5: Análisis con quién observa la Tv



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 150 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 73 estudiantes mencionan que observan la televisión sola o solo lo que corresponde al 49%. En tanto que el 2% corresponde a 3 estudiantes que prefieren observar la televisión con amigos.

Interpretación: Los estudiantes encuestados manifiestan en su mayoría que prefieren mirar la televisión sola o solo, el observar el televisor en compañía de sus padres o familiares no es tan importante para los niños, pocos estudiantes se inclinan por observar la tv con sus amigos

6. ¿Ha visto el canal 45 ÉLITE TV?

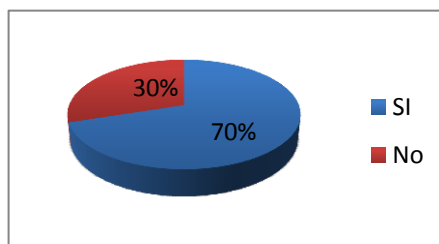
Si su respuestas es NO de por finalizada la encuestas, caso contrario continúe.

Tabla 7: Interpretación de quién si mira o no Élite Tv.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	105	70%
NO	45	30%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 6: Análisis sobre quién si mira o no Élite Tv.



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 150 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 105 estudiantes manifiestan que han visto el canal ÉLITE TV esto corresponde al 70%. Mientras que el 30% corresponde a 45 estudiantes que nunca han visto el canal ÉLITE TV.

Interpretación: De los estudiantes que han sido encuestados la mayoría conocen y han visto el canal ÉLITE TV, mientras que unos pocos nunca lo han observado, pese a ser un canal local ubicado en la ciudad de Latacunga.

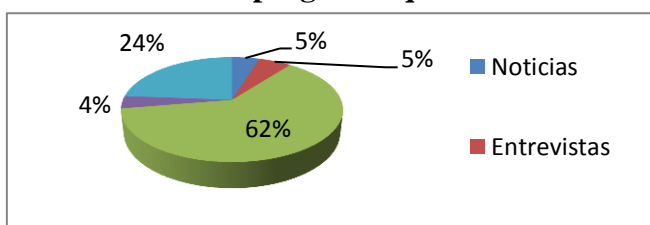
7. ¿Qué programación le llama más la atención de Élite TV?

Tabla 8: Interpretación del programa que más llama la atención en Élite.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Noticias	5	5%
Entrevistas	6	5%
Películas	65	62%
Espacios Musicales	4	4%
Juega Familia (Bingo)	25	24%
TOTAL	105	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 7: Análisis del programa que más le llama la atención en Élite



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 105 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 65 estudiantes manifiestan que la programación que más les llama la atención en Élite son las películas esto corresponde al 62%. En tanto que el 5% corresponde a 5 estudiantes que prefieren observar las noticias en Élite Tv.

Interpretación: Los estudiantes investigados la mayoría mencionan que de toda la parrilla de programación de Élite Tv lo que más les gusta son las películas, no muestran interés por el resto de la programación como: entrevistas, espacios musicales, juega familia (Bingo) y noticias.

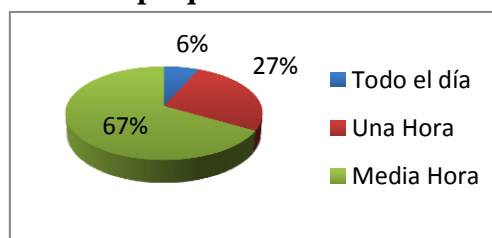
8. ¿Qué tiempo observa los contenidos de Élite TV?

Tabla 9: Interpretación del tiempo que observa los contenidos de Élite Tv.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Todo el día	7	6%
Una hora	28	27%
Media Hora	70	67%
TOTAL	105	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 8: Análisis sobre el tiempo que observa los contenidos de Élite Tv



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 105 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 70 estudiantes mencionan que observan media hora los contenidos de Élite Tv esto corresponde a un 67%. En tanto que el 6% corresponde a 7 estudiantes que observan los contenidos televisivos durante todo el día.

Interpretación: Según los estudiantes encuestados es un porcentaje mínimo quienes observan los contenidos de Élite durante todo el día, mientras que el resto de encuestados lo hacen tan solo una hora u hora y media. Es decir que Élite Tv durante su transmisión diaria no tiene mucha acogida por parte del público infantil.

9. ¿Ha observado algún programa educativo infantil en la programación de Élite Tv?

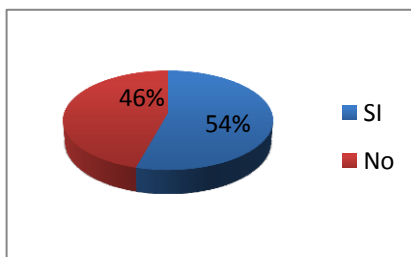
Si su respuesta es SÍ argumente:

Tabla 10: Interpretación sobre un programa educativo en Élite Tv.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	57	54%
NO	48	46%
TOTAL	105	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 9: Análisis sobre un programa educativo en Élite Tv



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 105 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 57 estudiantes mencionan que si han observado algún programa educativo en Élite Tv lo que corresponde a un 54%. En tanto que el 46% hace referencia a 48 estudiantes que nunca han observado ningún programa educativo en Élite Tv.

Interpretación: De los estudiantes investigados su mayoría concuerdan que si han observado algún programa educativo en Élite Tv siendo estos argumentados como: “VEO VEO”, “EDUCA”, juega familia, películas, reportajes de animales, noticias. Mientras que con un mínimo de diferencia los estudiantes han argumentado que nunca han observado o no consideran que los programas de Élite Tv sean educativos.

10. ¿Qué aprende usted de los programas que observa en Élite Tv?

Interpretación:

Los niños investigados demostraron que, de los programas que observan en Élite Tv, aprenden valores, conocen sobre la cultura del país, la historia, aprenden que deben compartir en familia. En su mayoría los niños reflejan que el poco tiempo que observan la programación de Élite pueden disfrutar de aspectos positivos que ayudan en su entorno social y educativo. Tomando en cuenta que los programas que observan los pequeños son aquellos que les brinda un momento de satisfacción, de ocio, con un contenido entretenido, agradable y fácil de comprender.

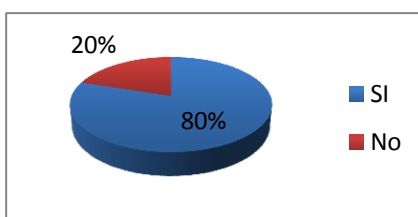
11. Considera usted que ¿existe demasiada propaganda durante la programación de Élite?

Tabla 11: Interpretación sobre la excesiva propaganda en la programación de Élite.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	84	80%
NO	21	20%
TOTAL	105	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 10:: Análisis sobre la excesiva propaganda en la programación de Élite Tv.



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 105 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 84 estudiantes mencionan que existe demasiada propaganda esto correspondiente a un 80%. Mientras que el 20% corresponde a 21 alumnos que no consideran que exista demasiada propaganda.

Interpretación: Los estudiantes encuestados han manifestado que durante la programación de Élite existe demasiada propaganda esto ocasiona que se pierda el interés por observar los programas causando aburrimiento en los niños. Un mínimo de alumnos considera que la propaganda dentro de la programación de Élite no es excesiva. Es importante reconocer que los niños sienten más atracción por una programación seguida sin cortes ni propagandas muy largas.

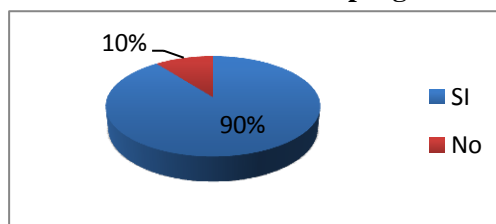
12. Cree usted que ¿Élite Tv debería realizar un programa infantil, dirigido por niños y para niños? ¿Por qué?

Tabla 12: Interpretación sobre la creación de un programa Infantil.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	94	90%
NO	11	10%
TOTAL	105	100%

Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Gráfico 11: Análisis sobre la creación de un programa infantil



Fuente: Encuesta realizada a los estudiantes de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”

Análisis: Las encuestas realizadas a 105 alumnos de la Escuela Isidro Ayora, 94 estudiantes mencionan que si es importante la creación de un programa infantil esto corresponde a un 90%. Apenas un 10% correspondiente a 11 alumnos que no consideran importante este nuevo programa infantil.

Interpretación: De los niños encuestados en su mayoría están de acuerdo con que ÉLITE TV cree un programa infantil dirigido por niños y para niños, dándonos a conocer que los estudiantes sienten interés por conocer algo nuevo, creativo dentro de la programación de Élite y más si son ellos mismo quienes pueden producir este segmento. Pocos niños muestran desinterés por esta idea novedosa.

13. ¿Qué tipo de contenidos busca en la televisión para las tareas?

Interpretación:

La encuesta realizada a los niños, demuestra que los estudiantes no buscan ninguna información de la televisión para realizar sus tareas, por dos aspectos:

El primero, porque sus docentes no les envían tareas relacionadas a temas que tengan un contenido televisivo.

Segundo: los niños prefieren buscar la información en revistas, libros y el internet para la realización de sus tareas escolares.

Esto se da porque la televisión local y explícitamente el canal Élite Tv carecen de segmentos educativos, que brinden una información relacionada a las diversas actividades que cumplen los niños dentro de su escuela es por ello que para los niños el tema de la televisión aún sigue manteniendo el concepto de que solo sirve para observar dibujos animados y películas.

18. IMPACTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación trata por un aparte de satisfacer las necesidades televisivas de los niños, con la aparición de un nuevo segmento que este dedicado especialmente para ellos que sea entretenido, divertido y variado hará que los más pequeños del hogar puedan conocer, explorar más su mundo y que mejor si son ellos los protagonistas de estas historias que van a ser visualizadas y escuchadas.

Los niños podrán demostrar a los adultos que son capaces de desarrollar otras actividades que están fuera del esquema del hogar y de la escuela, destacándose en distintas áreas de la comunicación, esto no solo se lo realiza por el afán de distracción, si no también que los niños sientan que sus ideas están siendo plasmadas en el corazón de las personas y no solo en una cámara, o en un video, van a sentirse orgullosos de demostrar su identidad, sus valores, un esquema distinto a lo tradicional sin discriminación ni estereotipos.

El cambio no solo será para los niños sino también para sus padres y maestros los cuales deberán colaborar con este proceso de aprendizaje más entretenido, no verlo como un limitante, más bien aprovechar que los niños desean ir mucho más allá de los libros y aprender a convivir en armonía con su entorno social.

19. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

CANTIDAD	MATERIAL	SUB TOTAL
1	Computadora portátil	\$6.500
1	Impresora	\$1.200
4	Resmas de hojas	\$80.00
290	Impresiones	\$250.00
150	Copias	\$2.80
2	Carpetas	\$1.75
15	Esferos	\$5.00
15	Lápices	\$4.00
1	Cámara de Video	\$580.00
1	Cámaras Fotográficas	\$980.00
2	Cds	\$2.00
2	USB	\$3.00
COSTOS OPERACIONALES		
	Ciber-Internet	\$10.00
GASTOS PERSONALES		
	Movilización	\$340.00
	Alimentación	\$200.00
	Imprevistos	\$150.00
TOTAL		\$2.616.25

Elaborado por: Fernández E. (2017)

20. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

20.1. Conclusiones:

De los resultados obtenidos a través de la técnica de investigación, realizada a los niños de la Unidad Educativa “Isidro Ayora”, se destacan los siguientes resultados:

- Los niños pese a vivir en la ciudad de Latacunga, no conocen el medio de comunicación Élite Tv, solo un porcentaje de los encuestados conocen al canal.
- Los niños prefieren observar la televisión solos/as y con amigos, para ellos no es necesario la compañía de sus padres o algún familiar sienten que pueden escoger por sí solos la programación que desean ver.
- El tiempo que los niños dedican a observar la televisión diariamente es más de una hora.
- Para los niños lo que más le llama la atención cuando miran televisión, son los dibujos animados y las películas, el resto de segmentos son poco entretenidos.
- Los niños reconocen al canal Élite Tv, si se les habla sobre JUEGA FAMILIA, las películas que se transmiten en el medio, observándolo por un tiempo determinado para después optar por los canales nacionales que les presentan más variedad.
- Élite Tv, carece de segmentos educativos y no satisface las necesidades de los niños en el ámbito social, educativo y de entretenimiento.

- Los maestros de la Unidad Educativa “Isidro Ayora” envían tareas relacionadas a la clase del día, pocos envían tareas que se deban investigar o basarse en programas televisivos, en su mayoría optan por el internet, los libros, revistas o el comercio.

20.2. Recomendaciones:

- Con el análisis de las distintas interrogantes, es importante que se dé oídos a las necesidades que tienen los niños frente a los contenidos televisivos.
- Orientar a los niños a saber distinguir entre los programas que enseñan, divierten y entretienen, de los que únicamente buscan infundir valores negativos en su vida.
- Los padres de familia deben darse un tiempo libre, observar junto a sus hijos los programas que a los niños más les llama la atención y luego conversar qué aprendió o qué no le agradó de lo que observó.
- Élite Tv al ser un medio de comunicación local, debe mejorar su parrilla de programación en la cual deberá ubicar un programa por y para los niños de Latacunga, no solo por el rating si no porque los pequeños merecen que en su propia ciudad exista un canal que dé a conocer sus expectativas e ideales a nivel no solo local si no también nacional.
- El éxito de todo nuevo segmento se debe garantizar en las leyes en este caso la Ley Orgánica de Comunicación, la misma que establece los parámetros en los que deben estar basados cada programación y contenidos televisivos, a su vez conjuntamente con el Código Orgánico de la Niñez y Adolescencia protegiendo los derechos integrales de los niños y niñas del país.

21. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

Asamblea Constituyente (2008). Constitución de la República del Ecuador. Asamblea Nacional (2010). Código de Organización y Ordenamiento Territorial. Quito.

Alonso, M.; Matilla, L. & Vázquez, M. (1995): *Teleniños públicos, Teleniños privados*. Madrid.

Aguaded, J.I. (2000): *Televisión y telespectadores*. Huelva.

Sandoval, Y. (2016): *Televisión Infantil en Colombia: caracterización desde los canales públicos, la audiencia y su programación*. Universidad de Huelva, p. 281

Boni, F. *Teorías de los medios de comunicación*, p. 212.

Buckingham, (1993): *Televisión y Niños. Teoría de uso y gratificaciones*. Pàg.13

Cerezo, M. (1994) *Teorías sobre el medio televisivo y educación el discurso de la televisión*. Grupo imago. Granada, p. 16.

Dorfman, A. y Mattelart, A. (2002). *Para leer al Pato Donald*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Eurasquin, A; Matilla, L. & Vázquez, M. (1988): *Los Teleniños. Segunda Edición*. Editorial Laia, S.A. México. p. 35.

Giordano, E. (2000): «*Medios de comunicación, ideología y poder*», en Cuadernos de Pedagogía, 297; 28-31.

Glaser, en De Moragas, M. (1995) *Sociología de la comunicación de masas: II Estructura, funciones y efectos*. Editorial G. Gili. México, 1993, p.156.

Rodríguez Morales, Zeyda, (2008) *Reseña de "Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento"* de Omar Rincón *Comunicación y Sociedad*. Universidad de Guadalajara Zapopan, México núm. 9, pp. 199-203.

Muñoz, F. (2000): “*Influencia de los programas de TV en la salud y el comportamiento de los niños*”. Chile.

Ley Orgánica de Comunicación. (2014), p.31

Kubey, R. & Csikszentmihalyi, M. (Eds.) (1990). *Television and the Quality of Life: How viewing Shapes Everyday Experience*. Hillsdale, NJ: LEA.

Jaramillo, L. (Diciembre, 2007). *Concepción de Infancia*. Zona Próxima. (8), p. 123.

Organización Mundial de la Familia (1988). *Vuelve la Familia*. Congreso Internacional de la Familia, Encuentro. ISBN 9788474902105.

Pavez, S, I. (2012). *Sociología de la Infancia: las niñas y los niños como actores sociales*. Revista de Sociología. (27), p. 81-102.

Webster`s New World (1971) *Dictionary of the American Language*. Avenel Books, N.Y., p. 466.

Linkografía:

<http://www.mediospublicos.ec/noticias/variedades/en-el-ecuador-solo-existe-un-programa-educativo-para-ninos-y-adolescentes>

Visto en: Medios públicos

Hora: 09:45

Fecha: 01/02/2017

<http://www.andes.info.ec/es/noticias/programa-television-infantil-ecuadoriano-recibe-reconocimiento-festival-internacional.html>

Visto en: Revista los Andes

Hora: 10:02

Fecha: 01/02/2017

<https://lapupilainsomne.wordpress.com/2010/12/28/argentina-lanza-canal-para-ninos-visible-por-internet-en-toda-america-latina/>

Visto en: Canal para niños en Argentina

Hora: 10:30

Fecha: 01/02/2017

<http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2006/10/03/escasa-produccion-de-programas-infantiles/>

<http://www.cotopaxinoticias.com/seccion.aspx?sid=13&nid=5456>

Visto en: Cotopaxi noticias.com

Hora: 09:37

Fecha: 01/02/2017

[En línea] 2008, (enero-junio): [Fecha de consulta: 22 de febrero de 2017] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34600910>> ISSN 0188-252X

raultrejo.tripod.com/Mediosensayos/medios.htm.medios//unadefinición

Visto en: Definición de Medios de Comunicación según autores

Hora: 18:21

Fecha: 23/10/2017

<https://es.scribd.com/doc/91363450/CONCEPTO-DE-LOS-MEDIOS-DE-COMUNICACIÓN>.

Visto en: Medios de Comunicación

Hora: 19:19

Fecha: 23/10/2017

<http://redgrafica.com/El-mensaje-un-concepto-clave>

Visto en: Red Gráfica Latinoamérica

Hora: 15:13

Fecha: 27/10/2017

<https://verbiclara.wordpress.com/2016/11/24/origen-de-la-palabra-mensaje/>

Visto en: La palabra del día

Hora: 15:23

Fecha: 31/10/2017

ANEXOS

ANEXO 1**HOJA DE VIDA**

Nombre : **María Esthefanya Fernández Buri**
Doc. Identificación : 050321208-6
Fecha Nacimiento : 26 de Enero de 1995
Estado Civil : Soltera
Nacionalidad : Ecuatoriana
Dirección : Rocafuerte y Ana Paredes (Salcedo)
Teléfonos : **0983976565-032729112**
Correo Electrónico : tefa_fer1995@hotmail.com

**Antecedentes Académicos**

Enseñanza Primaria : Unidad Educativa “San Francisco de Asís”
(1999-2006)
Cuadro de Honor

Enseñanza Secundaria : Instituto Tecnológico “Victoria Vásquez Cuví”
(2006-2012)
Bachiller en Ciencias Sociales

Enseñanza Superior : Universidad Técnica de Cotopaxi
Lic. Comunicación Social

Antecedentes Laborales

Oct / 2015 a Feb / 2016 : **Salcedo Tv Canal 3**

Se desempeñó como presentadora en el resumen semanal de noticias del cantón Salcedo.

Desarrolló grabaciones de spots publicitarios para entidades públicas y privadas.

Oct / 2016 a Mar/ 2017 : **Radio Élite 103.3 FM**

Locutora del programa “Lunch Deportivo”

Empresa Eléctrica Provincial Cotopaxi S.A

Abr/2017 a Agos/2017 : Pasantías en el Departamento de Relaciones Públicas de la Institución.

Capacitaciones Recibidas

- Curso de Contabilidad y Computación. I.T “Victoria Vásconez Cuvi”
- Seminario-Taller Internacional “Semiótica del Diseño Andino” Carreras de Diseño Gráfico y Comunicación Social. Universidad Técnica de Cotopaxi
- Seminario “Festival de Medios: Premio UTC a la Comunicación comprometida con la Verdad” Quincenario OPCIÓN, Universidad Técnica de Cotopaxi, Carrera de Comunicación Social.

Idiomas

Inglés, nivel medio

Francés (Suficiencia)

Conocimientos y Aptitudes

- Manejo de Microsoft Office, nivel avanzado.
- Redacción
- Edición de Audio y Video
- Manejo de Adobe (Audition, After Effects, Premiere, Ilustrador)
- Community manager
- Manejo de Redes Sociales (Twitter, Facebook, Instagram)
- Atención al Cliente

ANEXO 2



Juan Pablo Toro B.

DOCENTE UNIVERSITARIO – COMUNICADOR SOCIAL

Teléfono: 0987260418

Dirección: Rocafuerte y Juan León Mera
(Salcedo, Calle Rocafuerte y Juan León Mera, barrio
América)

Dirección electrónica: juan.toro@utc.edu.ec

ESTUDIOS REALIZADOS

CUARTO NIVEL

- UNIANDES Universidad Regional Autónoma de los Andes, títulos:
2007 / Diploma Superior en Planificación Estratégica de la Comunicación
2008 / Especialista en Comunicación e Imagen Corporativa
2009 / Magister en Comunicación Periodística Institucional y Empresarial

TERCER NIVEL

- Universidad Central del Ecuador y Universidad Técnica de Ambato, Carrera de Comunicación Social, Licenciado en Comunicación Social - 2004

CAPACITACIONES Y SEMINARIOS

- Taller de Comunicación, “Minga por el volcán Cotopaxi”, SUPERCOM, Instituto Geofísico, Secretaria de Gestión de Riesgos y Gobernación de Cotopaxi.
- Curso de After Effects CC 2015 esencial 101
- Curso de After Effects CC 2015 esencial 102
- Curso en línea Comunicación pública en redes sociales, Universidad de Guadalajara
- Curso Docencia Universitaria, Universidad Técnica de Ambato 2017
- Curso de Adobe Premiere Pro 101 - 2017

EXPERIENCIAS DE LABORAL

- Relacionador Público del Municipio del cantón Salcedo, 2006 – 2012
- Participación en la II Feria Nacional de Municipalidades Ecuatorianas en el Concurso de Fotografía realizado con ocasión de Expo ciudad Tena.
- Periodista del Departamento de Cultura en el GAD Municipal de Salcedo, 2012
- Director de la Productora “Salcedo al Día”, creador de productos comunicacionales para Radio, Prensa y TV, como creador independiente.
- Desde el año 2007 corresponsal en la provincia de Cotopaxi de Teleamazonas, medio de comunicación privado con cobertura nacional e internacional.

- Director, productor, camarógrafo y editor de spots publicitarios y reportajes.
- Docente en la Universidad Técnica de Cotopaxi, responsable del Laboratorio de Televisión
- Docente responsable del proyecto de vinculación de Interculturalidad en TV Mic canal 47 de la ciudad de Latacunga.

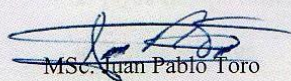
PRODUCCIÓN

- Periodista de Telemazonas, corresponsal en la provincia de Cotopaxi.
- Editor de noticias para canales de televisión a nivel nacional y provincial.
- Fotógrafo para medios impresos a nivel nacional, provincial y local.
- Redactor de noticias para medios impresos a nivel provincial y local.
- Nominado a los premios ITV 2013, 2014, 2015, 2016 y 2017 como mejor reportero de provincia en representación de Telemazonas.

PONENCIAS Y PUBLICACIONES

- Ponente en la Primera Convención Científica Internacional de la UTM 2017.
- Publicación de un Artículo Científico en revista indexada Dominio de la Ciencia.

Atentamente,


MSc. Juan Pablo Toro

ANEXO 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
ENCUESTA

La información otorgada será utilizada para fines académicos.

Objetivo: Analizar e Identificar la incidencia de la programación televisiva infantil en la vida de los niños de la Escuela Isidro Ayora.

Indicaciones generales: Encierre en un círculo la respuesta que usted considere conveniente

1. ¿Mira usted televisión?

- a. Siempre b. Casi siempre c. a veces d. rara vez
 e. nunca

2. ¿Qué tiempo observa televisión?

- a. Treinta minutos
 b. 45 minutos
 c. -una hora
 d. -Más

3. ¿Qué programas observa más en televisión?

- a.-Noticias b.- Novelas c.- Deportes d.- Farándula e.- Dibujos animados
 f.- Segmentos educativos “EDUCA” “VEO VEO” g.-Películas

4. ¿En qué horario mira televisión?

- a. Madrugada - Mañana b. Tarde c. Noche d. Todo el día

5. ¿Con quién observa televisión?

- a. Papás
- b. Familiares (tíos, abuelos, primos)
- c. Amigos
- d.- Solo/la

6. ¿Ha visto el canal 45 ÉLITE TV?

Si su respuesta es NO, de por finalizada la encuesta, caso contrario continúe.

- a. Si
- b. No

7. ¿Qué Programación le gusta más la atención de ÉLITE TV?

- a. Noticias
- b.- Entrevistas
- c.- Películas
- d.- Espacios musicales
- e.- Juega Familia (Bingo)

8. ¿Qué tiempo observa los contenidos de ÉLITE TV?

- a.- Todo el día
- b.- Una hora
- c.- Media Hora

9. ¿Ha observado algún programa educativo infantil en la programación de ÉLITE TV?

Si su respuesta es Sí, argumente:

- a.- Si
- b.- No

Cuál?

.....
.....

.....

10.- ¿Qué aprende usted de los programas que observa en ÉLITE TV?

.....

11.- Considera usted que ¿existe demasiada propaganda durante la programación de ÉLITE?

- a.- Si
- b.- No

12.- Cree usted que ÉLITE TV debería realizar un programa infantil, dirigido por niños y para niños? ¿Por qué?

- a.- Si
- b.-No

Por qué?

.....

13.- Qué tipo de contenidos, busca en la televisión para las tareas.

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4

Gráfico N°1



Unidad Educativa Isidro “Ayora”

Estudiantes de 4to A.E.G.B

Autora: Fernández Esthefanya

ANEXO 5

Gráfico N°2



Unidad Educativa Isidro “Ayora”

Estudiantes de 5to A.E.G.B

Autora: Fernández Esthefanya

ANEXO 6
GRÁFICO N° 3



Unidad Educativa Isidro “Ayora”

Estudiantes de 6to A.E.G.B

Autora: Fernández Esthefanya

ANEXO 7
GRÁFICO N°4



Unidad Educativa Isidro “Ayora”

Estudiantes de 7mo A.E.G.B

Autora: Fernández Esthefanya