



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREFERENCIAS TELEVISIVAS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS DE LA CIUDAD DE  
LATACUNGA**

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

Autores:

Patiño Quillupangui José Roberto

Carrera Salguero Marco Alexander

Tutor:

MSc. Natalia Zapata Vilaña

Latacunga - Ecuador

Noviembre - 2020

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Nosotros, Carrera Salguero Marco Alexander y Patiño José declaramos ser autores del presente proyecto de investigación **PREFERENCIAS TELEVISIVAS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA** siendo la MSc. Natalia Zapata V., tutora 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 mi exclusiva responsabilidad.

.....  
**Carrera Salguero Marco Alexander  
Roberto**

**1722086640**

.....  
**Patiño Quillupangui José**

**1724936222**

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

**“PREFERENCIAS TELEVISIVAS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, de Carrera Salguero Marco Alexander y Patiño Quillupangui José Roberto** de la carrera de **COMUNICACIÓN SOCIAL** considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, noviembre, 2020

---

**MSc. Natalia Zapata Vilaña**

**C.I. 173388064**

## **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, los postulantes: **Carrera Marco Alexander y Patiño José** con el título de Proyecto de Investigación: “**PREFERENCIAS TELEVISIVAS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**” han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

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

Latacunga, noviembre 2020

Para constancia firman:

---

**Lector 1 (Presidente)**  
**Nombre: Juan Pablo Toro Bravo**  
**CC: 0502344013**

---

**Lector 2**  
**Nombre: Lorena Catherine Álvarez Garzón**  
**CC: 0502181496**

---

**Lector 3**  
**Nombre: Iván Espinosa Salas**  
**CC: 17212260189**

## **AGRADECIMIENTO**

*Expreso mi agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi por brindarme la oportunidad de conseguir mi sueño de superación. A la carrera de Comunicación Social, a los docentes quienes con verdadera vocación y enseñanza y dedicación pude culminar el proyecto de investigación durante todo este tiempo de aprendizaje. A mis padres quienes siempre me dieron consejos y me apoyaron para superarme.*

*Carrera Marco Alexander y José Patiño*

## **DEDICATORIA**

*A nuestros padres, por brindarnos amor, apoyo y educación durante todo nuestro periodo de estudios, por apuntalar cada pasó de nuestras vidas, por los valores de perseverancia, lealtad, compromiso y gratitud. A nuestros hermanos, por estar siempre apoyarnos en los buenos y malos momentos de la vida. A los amigos y amigas por sus ánimos que nos dieron.*

*Carrera Marco Alexander y José Patiño*

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

### TÍTULO: “PREFERENCIAS TELEVISIVAS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”

#### **Autores:**

Patiño Quillupangui José Roberto  
Carrera Salguero Marco Alexander

#### **RESUMEN**

El presente proyecto de investigación estuvo enmarcado en conocer las preferencias televisivas de los niños y niñas entre 8 a 10 años de edad de las instituciones educativas, "La Salle" y "Victoria Vásconez Cuvi" de la ciudad de la Latacunga. Para esto se tomaron en cuenta medios locales de la ciudad como TV Color y Elite TV; así como los nacionales Ecuavisa, Teleamazonas y RTS de los cuales se utilizaron sus parrillas programáticas para conocer que ofrecen los medios al público infantil. Este estudio de investigación se basa en un diseño no experimental, transversal, enfocado al estudio descriptivo y correlacional, aplicando la metodología cuantitativa sobre 379 encuestas a estudiantes de las instituciones referidas.

En las encuestas realizadas durante el mes de enero del presente año, se pudo evidenciar que los infantes de ambas instituciones tienen por lo menos una televisión en sus casas y que los niños prefieren ver la televisión en el horario comprendido entre las horas de la tarde y noche; que el tiempo promedio que los infantes están conectados es de mínimo tres horas al día, además, eligen a medios nacionales antes que a los locales y esto se debe a que en la ciudad no se transmiten contenidos que sean de su preferencia. Los programas que los niños y niñas de 8 a 10 años de edad, de la ciudad de Latacunga, prefieren son Bob Esponja, Dragón Ball, y el Chavo del "8", entre otros, debido a que son divertidos, visualmente atractivos y recrean sus fantasías. Mientras que otro dato relevante se relaciona con el programa Educa tv, no es llamativo para ellos.

Finalmente, en el presente trabajo investigativo se plantean conclusiones y recomendaciones a considerar por los medios de comunicación para lograr un contenido con mayor grado de responsabilidad social y que esto sea de beneficio para la ciudad de Latacunga.

**Palabras clave:** Preferencias televisivas, público infantil, parrillas informativas.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTY OF HUMANANITY AND EDUCATION**

**TITLE: “TELEVISION PREFERENCES IN CHILDREN FROM LATACUNGA  
CITY”**

**Authors:** Salguero Carrera Marco Alexander

Patiño Quillupangui José Roberto

**ABSTRACT**

This research aimed to know boys' and girls' television preferences between 8 and 10 years old from "La Salle" and "Victoria Vásconez Cuvi" high schools of Latacunga city. National and local media such as "TV Color," "Elite TV," Ecuavisa, Teleamazonas, and RTS have been considered. Their programming lineup was a reference to know the media offers to children audience; this research was on a non-experimental, cross-sectional design, focused on the descriptive and correlational study, applying the quantitative methodology on 379 surveys of students from the institutions mentioned.

In the polls carried out during **on January of this year**, it was possible to show that the infants of both institutions have at least one television at home and that the children prefer to watch television between the hours of the afternoon and night; that the average time that infants are online is at least three hours a day. Besides, they choose national media rather than local ones, and this is because content that is of their preference is not broadcast in the city. Bob Esponja, Dragon Ball, and El Chavo del "8" are the programs that children from 8 to 10 years old from Latacunga prefer, among others, because they are fun, visually attractive, and recreate their fantasies. While other relevant data is related to the Educa tv program, it is not striking for them.

Finally, in this investigative work, conclusions and recommendations are raised to be considered by the media to achieve a content with a higher degree of social responsibility and benefit to Latacunga city.

Keywords: Television preferences, children's audience, informational grills

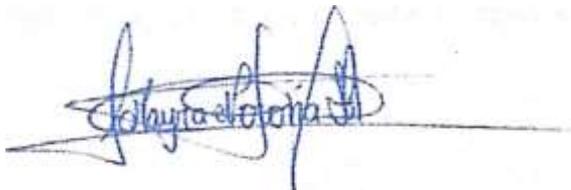
## **AVAL DE TRADUCCIÓN**

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 del proyecto de investigación al Idioma Inglés presentado por los señores Egresados de la Carrera de COMUNICACIÓN SOCIAL de la FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN: CARRERA SALGUERO MARCO ALEXANDER y PATIÑO QUILLUPANGUI JOSÉ ROBERTO, cuyo título versa "PREFERENCIAS TELEVISIVAS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA", lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

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

Latacunga, octubre de 2020

Atentamente,



Lic. MSc. Mayra Clemencia Noroña Heredia. DOCENTE  
CENTRO DE IDIOMAS

c.c. 0501955470



CENTRO

DE IDIOMAS

## ÍNDICE

PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUDITORIA.....	ii
AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
AVAL DE TRADUCCIÓN.....	ix
1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO.....	2
3. JUSTIFICACIÓN.....	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	4
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
6. OBJETIVOS.....	8
<b>6.1 Objetivo general.....</b>	<b>8</b>
<b>6.2 Objetivos específicos.....</b>	<b>8</b>
7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS. ....	9
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA.....	10
<b>8.1. Antecedentes.....</b>	<b>10</b>
8.1.1. Infancia, violencia y televisión: usos televisivos y percepción infantil de la violencia en la televisión.....	10
8.1.2. La influencia de la televisión en los niños.....	13
8.1.3. Los programas televisivos infantiles preferidos por los niños de 6 a 8 años.....	14
8.1.4. Influencia de la Televisión en la conducta de los niños.....	16

8.1.5 Consumo televisivo de padres y niños y recepción de las representaciones de autoridad agenciadas por la televisión.....	16
<b>8.2. Marco teórico.....</b>	<b>17</b>
8.2.1. La televisión.....	17
8.2.2. La televisión y el público infantil.....	18
8.2.3. Preferencias televisivas de los infantes.....	20
8.2.4. Desafíos de la programación televisiva infantil en contextos locales... .....	22
8.2.5. Preferencias televisivas: ¿incide el estrato socioeconómico?.....	24
<b>9. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS.....</b>	<b>25</b>
<b>10. METODOLOGÍA Y DISEÑO EXPERIMENTAL .....</b>	<b>26</b>
<b>10.1 Diseño de la investigación.....</b>	<b>26</b>
<b>10.2. Enfoque.....</b>	<b>27</b>
<b>10.3. Nivel de la investigación.....</b>	<b>27</b>
<b>10.4. Población, muestra y muestreo.....</b>	<b>28</b>
<b>10.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....</b>	<b>29</b>
<b>11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>30</b>
<b>12. IMPACTOS.....</b>	<b>47</b>
<b>13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>50</b>
<b>13.1 Conclusiones.....</b>	<b>50</b>
<b>13.2 Recomendaciones.....</b>	<b>51</b>
<b>14.BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>51</b>
<b>15.ANEXOS.....</b>	<b>55</b>
<b>Índice de tablas</b>	
Tabla N °1.....	43





## **1. INFORMACIÓN GENERAL**

### **Título del proyecto**

Preferencias televisivas en los niños y niñas de la ciudad de Latacunga.

**Fecha de inicio:** octubre 2019

**Fecha de finalización:** febrero 2020

### **Lugar de ejecución:**

Latacunga – Cotopaxi - Zona 3 - Universidad Técnica de Cotopaxi

### **Facultad que auspicia:**

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

### **Carrera que auspicia:**

Carrera de Comunicación Social

### **Proyecto de investigación vinculado:**

### **Equipo de trabajo:**

Docente Tutor: MSc. Natalia Zapata V.

Investigador: Carrera Alexander

Investigador: Patiño José

### **Área de conocimiento:**

Humanidades y Artes

### **Línea de investigación:**

Educación, comunicación y diseño para el desarrollo humano y social.

### **Sublínea de Investigación:**

Procesos mediáticos de televisión, radio, medios impresos e internet.

## 2. RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto de investigación estuvo enmarcado en conocer las preferencias televisivas de los niños y niñas entre 8 a 10 años de edad de las instituciones educativas, "La Salle" y "Victoria Vásquez Cuví" de la ciudad de la Latacunga. Para esto se tomaron en cuenta medios locales de la ciudad como TV Color y Elite TV; así como los nacionales Ecuavisa, Teleamazonas y RTS de los cuales se utilizaron sus parrillas programáticas para conocer que ofrecen los medios al público infantil. Este estudio de investigación, se basa en un diseño no experimental, transversal, enfocado al estudio descriptivo y correlacional, aplicando la metodología cuantitativa sobre 379 encuestas a estudiantes de las instituciones referidas.

En las encuestas realizadas durante el mes de enero del presente año, se pudo evidenciar que los infantes de ambas instituciones tienen por lo menos una televisión en sus casas y que los niños prefieren ver la televisión en el horario de la tarde y noche; que el tiempo promedio que los infantes están conectados es de mínimo tres horas al día, además, eligen a medios nacionales antes que a los locales y esto se debe a que en la ciudad no se transmiten contenidos que sean de su preferencia. Los programas que los niños y niñas de 8 a 10 años de edad, de la ciudad de Latacunga, prefieren son Bob Esponja, Dragón Ball, y el Chavo del "8", entre otros, debido a que son divertidos, visualmente atractivos y recrean sus fantasías. Mientras que otro dato relevante se relaciona con el programa Educa tv que no es llamativo para ellos.

Finalmente, en el presente trabajo investigativo se plantean conclusiones y recomendaciones a considerar por los medios de comunicación locales para lograr un contenido con mayor grado de responsabilidad social y que esto sea de beneficio para la ciudad de Latacunga.

**Palabras clave:** Preferencias televisivas, público infantil, parrillas informativas.

### 3. JUSTIFICACIÓN

La televisión en la actualidad es una de las herramientas más utilizadas por parte de los niños, niñas, jóvenes y público en general y esto se debe a que el desarrollo de la tecnología, ha llegado a superar su meta de informar, formar y entretener. Esta se ha convertido en el principal medio de comunicación e interacción social debido a que ofrece modelos de comportamiento, opinión, valores y demás, teniendo en cuenta un mundo interno y externo que interactúan.

A partir de ahí, los programas aceptados por el público infantil de 8 a 10 años están relacionados a los de entretenimiento, y en este caso los dibujos y series. Por ello, es necesario analizar los factores que intervienen en el consumo televisivo por parte de los niños o niñas, además, de conocer las horas que dedican a la televisión, y cuáles son los parámetros para elegir una parrilla de programación.

Asimismo, para conocer estas preferencias se ejecutaron encuestas en ambas instituciones, es importante señalar que una escuela es pública y la otra privada, a partir de ahí, se pudo distinguir las preferencias de los infantes de ambas instituciones, Victoria Vásquez Cuví y “La Salle”, con esto se pretende alcanzar una población más diversa considerando el estrato económico diferente que las dos escuelas tienen en relación a programas televisivos.

Es importante manifestar la relevancia de esta investigación, tanto académica como social, ya que al abordar este estudio y culminarlo, aportará y abrirá una ruta de investigación a un problema o fenómeno que falta por profundizar en algunas aristas o perspectivas comunicacionales y de la misma forma, se podrá evaluar los parámetros que tienen los niños y niñas a la hora de mirar televisión.

Por ello, es importante tomar como referencia Martínez (2010):

Sin duda los medios, y especialmente la televisión, ejercen una gran influencia sobre los más pequeños. Los niños pasan más tiempo mirando sus series favoritas en la

televisión, que jugando e interactuando con el resto de niños, o dedicando el tiempo a los estudios.

Normalmente las series o dibujos animados que los más pequeños de la casa ven en la televisión van regidas por modas. De las series sacan a sus ídolos y personajes más queridos, como pueden ser Hannah Montana, los Jonas Brothers, o incluso el dibujo animado Bob Esponja. Todos estos atraen de una forma abismal la atención de los niños, sus más fieles seguidores, que soñarían con llegar a ser o al menos parecerse algún día a alguno de estos famosos personajes. (p.2)

De lo que no cabe la menor duda, es de que los niños son el futuro, por eso mediante la comunicación con ellos, y una correcta educación se debe inculcarles buenos valores, y servir como modelos de ejemplo, ya que durante sus primeros años los niños no pueden evitar copiar y hacer suyas las virtudes y defectos de aquellos mayores con los que se relacionan en su día a día.

#### **4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

##### **4.1 Directos:**

El proyecto tiene como beneficiarios directos a los niños y niñas entre ocho a diez años de edad de la ciudad de Latacunga.

##### **4.2 Indirectos:**

Los beneficiarios indirectos son los padres de familia, los dueños de los medios de comunicación y la sociedad latacungueña en general, en relación a las preferencias televisivas que tienen los infantes.

## 5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En la actualidad, la televisión es uno de los medios de gran consumo e influencia en Latinoamérica, especialmente captando la atención de los niños en relación a programas de violencia y de ánimes que contienen ciencia ficción, lo que provoca cierta influencia en sus comportamientos, así lo menciona Sevillano (2013):

En la sociedad actual el medio televisivo ocupa un lugar privilegiado en la vida del hombre y, sobre de los niños; de hecho, este medio se ha ido introduciendo poco a poco en el entorno doméstico y ha conseguido, gracias a sus tácticas persuasivas de transmitir sus contenidos; moldear la mente de los individuos y, en concreto, la de los niños más pequeños. Es, en el contexto familiar, donde se desarrolla la mayor interacción entre el niño y el televisor. El niño, al regresar de la escuela pasa muchas horas sentado frente al televisor y este factor es debido a que los padres y familiares que conviven con el niño no se dan cuenta de que la televisión es un medio que fácilmente crea adicción en el niño. (p.3)

En este sentido los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la opinión pública, debido a la influencia que ejercen sobre la población mediante los contenidos que difunden. Respecto a la relación entre niños y televisión, Gómez (2011) menciona:

Los niños y niñas buscan satisfacer sus necesidades de entretenimiento; porque los programas son “aspiracionales” y las niñas anhelan a ser princesas y los niños superhéroes; porque la televisión es impuesta por el medio. En definitiva, porque la televisión es un tema recurrente con sus amigos; en muchos de los casos es la niñera electrónica. (p. 202)

Los ecuatorianos miran televisión por la necesidad de querer informarse, es parte de la vida cotidiana, para poder educarse o entretenerse. En el Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación ejecuta cierta regulación sobre los medios. Ávila (2013) manifiesta:

En Ecuador, la Ley de Comunicación ejerce coerción sobre los medios, lo que genera una televisión dócil ante los intereses de los gobernantes, evitando que se cree un verdadero espacio de diálogo. Esta ley regula los contenidos de los espacios radiales y audiovisuales, prohibiendo las escenas de violencia, delitos, discriminación, sexismo,

entre otros. A su vez, evita que los medios de comunicación repliquen o recreen actitudes, hábitos y situaciones que no aporten a la cultura ni a la sociedad. (p.45)

Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de generar programas que cumplan con los objetivos de entretener, educar e informar y que beneficie el desarrollo de los niños, permitiendo conocer la realidad. Asimismo, los niños y niñas de algunos países de América Latina, son atraídos por el contenido difundido en los medios, cuando regresan de la escuela, en un momento de descanso o simplemente por distracción. Por tal razón, Sevillano (2005) afirma:

El niño, al regresar de la escuela pasa muchas horas sentado frente al televisor y este factor es debido a que los padres y familiares que conviven con el niño no se dan cuenta de que la televisión es un medio que fácilmente crea adicción en el niño. (p.56)

En las últimas décadas la televisión ha pasado por varias etapas de transformaciones y esto se debe al desarrollo de la tecnología, la cual ya es parte de las actividades diarias de las personas, y en especial del público infantil. Los programas de mayor consumo en los niños y niñas responden a géneros de violencia y ciencia ficción, esto repercute en el comportamiento social de los niños, así lo afirma Sevillano y Perlado (2005)

Los niños desearían parecerse a los personajes de sus programas favoritos en un 81,5% por lo que se deduce que los personajes de las series infantiles ejercen una gran atracción en los niños. De todos los programas infantiles televisivos ofertados a los niños y niñas, puede constatarse que prefieren aquéllos que tienen más acción y violencia, más espontaneidad, manifestada en muchas ocasiones en actitudes inadecuadas de los personajes, el ejemplo más evidente son las luchas libres. Dejan en un segundo plano valores como el fomento de las buenas actitudes, el cuidado del medio ambiente, la importancia del diálogo entre las personas y el fomento del compañerismo como se reflejan en los programas cuyo contenido es educativo. Los públicos infantiles muestran interés por los programas infantiles que incluyen escenas de acción y violencia; relegando a segundo término los educativos, la televisión moldea enormemente la mente de estos niños. (p.1)

También, se han realizado varias investigaciones en relación a las preferencias que tienen los niños y niñas ecuatorianos al momento de elegir su programación, pero se evidencia que en el país la falta de programas educativos es una realidad, así lo afirma Guin (2014):

En Ecuador en el 2014, no se producen programas para niños, la televisión comercial los dejó de hacer por no considerarlos rentables, irónicamente son los niños y adolescentes quienes más horas ven al día televisión. ¿Qué programas deben ver? Lo que esté a su alcance, dentro o no del horario familiar, sin que esos programas hayan sido diseñados, direccionados y concebidos para niños. (p.1)

De la misma manera, es importante mencionar que el público infantil es inocente, por lo cual no desarrollan un criterio que les permite distinguir entre programas buenos o malos. Por ello, el tiempo que le dedican a los programas de televisión requiere de análisis para poder conocer sus preferencias. Por consiguiente, Guin (2014) acota:

Ecuador no es distante a la realidad consumista de los niños frente a la televisión; en la ciudad de Guayaquil, un estudio realizado durante el mes de mayo a niños de edades de entre 8 a 11 años, del sector de Mapasingue y la Cdla. La FAE, constata que el 80% de ellos ven televisión 7 días a la semana, y de estos el 70% consumen un promedio de 6 horas diarias. Lo que evidencia que gran parte del tiempo los niños se encuentran en contacto con la televisión y los distintos contenidos que esta presenta. (p.2)

En esta investigación también se evidenció que en el caso de Ecuador los niños y niñas prefieren programas realitys, por ejemplo, calle 7, BLN la competencia, entre otros. Guin (2014):

Los programas de televisión más vistos por el público infantil de edades de 8-11 años de nivel socio-económico medio y bajo de la ciudad de Guayaquil, no son espacios diseñados para ellos. Es decir; no son programas que fueron estructurados para el consumo de niños, sino para el público adulto; por lo tanto, el lenguaje, contenido, vestuario y demás elementos propios del espectáculo televisivo no son pertinentes para el uso de menores. Estos tres programas son: Calle 7 de TC televisión, Soy el mejor, Tc televisión, y Baila la noche de Canal Uno. (p.58)

Cotopaxi es una de las provincias que conforman la República del Ecuador, situada en el centro del país, y es el lugar en el cual se ejecutará el proyecto de investigación “Preferencias televisivas en los niños y niñas de la ciudad de Latacunga”, para conocer los hábitos de consumo del público infantil, debido a que investigaciones relacionadas al tema, se han realizado a nivel nacional pero no a nivel local, por ello con este proyecto se permitirá abrir paso a nuevas investigaciones en la provincia.

El problema de investigación gira en torno a la categoría de las preferencias de los programas de televisión de los niños y niñas de las Instituciones Educativas “La Salle” y “Victoria Vásquez Cuví”, es importante mencionar que se busca establecer la diferencia de hábitos de consumo entre estas dos instituciones una es pública y la otra privada.

En este contexto, la pregunta de investigación que este proyecto se plantea es ¿Cuáles son las preferencias televisivas de los niños y niñas de la Unidad Educativa Victoria Vásquez Cuví y la Unidad Educativa la Salle, durante el mes de enero del 2020?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1 General**

- Determinar cuáles son las preferencias televisivas de los niños y niñas de la Unidad Educativa Victoria Vásquez Cuví y la Unidad Educativa la Salle de la ciudad de Latacunga.

### **6.2 Específicos**

- Conocer cuáles son las alternativas que nos ofrecen los medios de comunicación tanto locales como nacionales en sus parrillas programáticas para los niños de 8 a 10 años.
- Identificar los horarios y los programas que los niños y niñas de la Unidad Educativa Victoria Vásquez Cuví y unidad educativa la Salle consumen en la televisión.

- Analizar los programas preferidos de los niños, objeto de estudio, para conocer cómo deben enriquecer su programación los canales locales.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

<b>ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS</b>			
<b>TEMA: PREFERENCIAS TELEVISIVAS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA</b>			
<b>Objetivos específicos</b>	<b>Actividad (tareas)</b>	<b>Resultado de la actividad</b>	<b>Descripción de la actividad, técnicas e instrumentos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer cuáles son las alternativas que nos ofrecen los medios de comunicación tanto locales como nacionales en sus parrillas programáticas para los niños de 8 a 10 años.</li> </ul>	<p>Analizar la parrilla programática de Tv color, Elite tv; así como los canales nacionales Ecuavisa, Teleamazonas y RTS.</p>	<p>Comparativo de los programas para niños y niñas que la televisión local y nacional ofrece.</p>	<p><b>Técnica:</b> Análisis documental.</p> <p><b>Instrumento:</b> Parrillas de los canales Tv color, Elite tv; Ecuavisa, Teleamazonas y RTS.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los horarios y los programas que los niños y niñas de la Unidad Educativa</li> </ul>	<p>Encuestar a los niños y niñas de la Unidad Educativa fiscal Victoria Vásquez Cuví y Unidad Educativa privada la Salle.</p>	<p>Análisis de resultados.</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Temario de preguntas</p>

Victoria Vásconez Cuví y su unidad educativa la Salle consumen en la televisión.			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar los programas preferidos de los niños, objeto de estudio, para conocer cómo deben enriquecer su programación los canales locales.</li> </ul>	Realizar un análisis de tres programas preferidos por los niños y niñas en la televisión.	Análisis de resultados.	<p><b>Técnica:</b> análisis de contenido</p> <p><b>Instrumento:</b> Programas elegidos como más aceptados por el público estudiado.</p>

## 8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

### 8.1. Antecedentes

#### 8.1.1. Consumo televisivo de padres y niños y recepción de las representaciones de autoridad agenciadas por la televisión

En el artículo de investigación “Consumo televisivo de padres y niños y recepción de las representaciones de autoridad agenciadas por la televisión” elaborado por Jakeline Duarte-Duarte, Juan Carlos Jurado-Jurado elaborado en 2015, se plantea como objetivó:

Los hábitos de consumo televisivo de niños han sido ampliamente investigados desde diversas perspectivas teóricas y en diferentes latitudes del mundo occidental. Vale destacar que la mayoría de los estudios se centran en tópicos, como el número de horas

de consumo, horarios, los géneros más vistos y su impacto en la subjetividad infantil, los espacios familiares de consumo y los actores sociales que ejercen la mediación del consumo de niños y jóvenes en el ámbito doméstico. Como hallazgo relevante de estos estudios consultados, se identificó un porcentaje elevado que presenta una significativa inclinación por indagar los “efectos y/o influencias” de la televisión en las actitudes y los comportamientos de los niños, sobre todo en mayores de 6 años, y menos interés en indagar desde posturas antropológicas y sociológicas, pese a los aportes de los estudios de recepción y de los estudios culturales, las corrientes más contemporáneas para el análisis de los medios de comunicación, que han superado aquel que funcionalista. (p. 6)

La metodología utilizada fue cuantitativa, estudio realizado a padres de familia de diferentes sectores socio económico donde se implementó encuestas a diferentes padres de niños de preescolar de instituciones públicas y privadas; el análisis estadístico fue descriptivo para cada una de las diferentes preguntas realizadas en diferentes categorías en un análisis estratégico en relación al nivel socioeconómico de los participantes sobre la validez de esta metodología, Duarte-Duarte, Juan Carlos Jurado-Jurado elaborado en 2015, señala:

Los hábitos de consumo televisivo de niños y padres responden a diversos aspectos, entre ellos la formación académica de los padres, la estructura familiar y las prácticas que han establecido en el día a día, de ahí la importancia de exponer una breve contextualización de las familias que participaron en la investigación. (p. 8)

La estrategia metodológica utilizada por los autores, es muy importante ya que mediante el análisis cuantitativo se visualizó la relación de los participantes de los sectores públicos y privados donde se ha permitido profundizar el análisis dentro de un marco de estudios que permitirá un vínculo estratégico de investigación.

Los resultados que se obtuvieron estuvieron centrados en televisión lo menciona Duarte-Duarte, Juan Carlos Jurado-Jurado elaborado en 2015 así lo menciona Duarte y Jurado (2015) señala:

La indagación por los hábitos que tienen los padres de familia cuando ven televisión con sus niños señala que un porcentaje significativo de ellos tiene una actitud activa y

dialógica, en cuanto afirman que conversan y opinan con los niños acerca de los contenidos televisivos. La intervención dialogada de los padres se hace más evidente cuando se trata de reforzar lo que enseñan a los niños y que aparece expuesto en los contenidos televisivos, como lo indica el hecho de que 46.9 % de los padres lo haga siempre y 32.1 % casi siempre. (p. 10)

La conclusión planteada en este artículo está enfocada en el análisis del adecuado hábito que tienen sus padres al mirar televisión con sus hijos según Duarte-Duarte, Juan Carlos Jurado-Jurado elaborado en 2015, señala:

La incorporación de mensajes televisivos por parte de los padres acontece al mismo tiempo que otros son objeto de rechazo y resistencia en cuanto se valoran como inconvenientes e inapropiados para la orientación de sus hijos acerca de las relaciones de autoridad. Ello es evidencia del posicionamiento de los padres como televidentes hermenéuticas que no se pliegan a los mensajes televisivos, lo cual desvirtúa la lectura ideologizante de los medios. Por último, en cuanto a la recepción de los padres de las representaciones de autoridad agenciadas por la televisión, se deduce que en este medio se presentan relaciones más simétricas entre padres e hijos y mayor participación de los últimos en la definición de normas y decisiones familiares. Instituciones tradicionales como la familia, la Iglesia, la escuela y el Estado se presentan en la televisión con un notorio declive de su autoridad y un destacado ascenso del poder de figuras que actúan al margen de la ley, como capos de la mafia, jefes de bandas y guerrilleros, lo cual, según los padres, influye negativamente en las percepciones de los niños sobre la autoridad. (p.67)

Este artículo aporta a este proyecto de investigación a comprender el rol que desempeñan los medios de comunicación, y la influencia que tiene en los infantes. El aspecto socioeconómico, es uno de los factores más importantes, ya que en muchos de estos casos los niños son educados por sus padres y en otros casos son atendidos por primos y vecinos u otros. A partir de ahí, es importante entender que el mal manejo de una educación televisiva es un problema que no debe ser ignorado.

### **8.1.2. Infancia, violencia y televisión: usos televisivos y percepción infantil de la violencia en la televisión**

En el artículo de revisión titulado “Infancia, violencia y televisión: usos televisivos y percepción infantil de la violencia en la televisión” realizado por Sue Aran, Francesc Barata, Jordi Busquet, Pilar Medina y Silvia Moron, uno de los principales conceptos abordados en este artículo es el paradigma positivista, definida por Berkowitz (1996) o Friedrich y Huston (1986) como:

Berkowitz (1996) o Friedrich y Huston (1986) sostiene, desde la psicología conductual, que la televisión es transmisora de comportamientos violentos que propician un aprendizaje modelado y condicionado de pautas agresivas. El hecho de ver la televisión se considera un factor de riesgo importante y llega a convertirse en el ingrediente fundamental de la teoría del efecto causal entre la visión de la violencia televisiva y la conducta agresiva. (p.2)

Este concepto menciona que la televisión provoca que las personas incluyendo al público infantil tengan comportamientos agresivos, debido a que este medio influye en su percepción a la realidad del niño, generando que tenga conductas violentas frente a su entorno.

Otro concepto se refiere a la investigación especializada relacionada a la televisión, generalmente, una concepción sobre la condición humana:

(THOMPSON, 1998) menciona que se ha considerado al ciudadano como un ser vulnerable e indefenso y esta percepción se ha acentuado, aún más, al tratar la población infantil. Los investigadores han caído en la obsesión por hallar pruebas o buscar evidencias que confirmen que la televisión es perjudicial y que las imágenes de violencia en la televisión tienen un efecto perverso sobre los niños y niñas. (p.78).

Las conclusiones planteadas en este artículo:

“Es que la televisión tiene trascendencia social y cultural indiscutible. No obstante, se cree que en términos generales también la investigación especializada tiende a

sobredimensionar su importancia, tanto positivamente al considerar la televisión como instrumento educativo como negativamente al culparla de malas influencias. La supuesta omnipresencia y omnipotencia de la televisión puede hacernos olvidar y menospreciar la importancia de otras instancias sociales y culturales que siguen teniendo un peso considerable y una gran responsabilidad social en la educación infantil.” (p.67)

Este artículo aporta al proyecto de investigación en el análisis de los programas televisivos y su influencia en el comportamiento del público infantil, para así determinar las preferencias televisivas.

### **8.1.3. La influencia de la televisión en los niños**

En el artículo de revisión titulado “La influencia de la televisión en los niños” realizado por Laura Perlado Ekman y Mara Luisa Sevillano García en el año 2003, se plantea como objetivo “analizar los programas infantiles previamente seleccionados en función de la audiencia infantil”.

La televisión se ha transformado en algo cotidiano para las personas de todas las edades y más para los niños, los cuales aprenden de la televisión, es decir, quieren imitar lo que pasa en el medio de comunicación.

Uno de los conceptos es el referido a la actividad de la audiencia:

Orozco (1996: 35) señala que: En el proceso de televidencia la audiencia no asume necesariamente un papel de receptor pasivo. La actividad de la audiencia se lleva a cabo de distintas maneras. Mentalmente, los miembros de la audiencia frente al televisor se «enrolan» en una secuencia interactiva que implica diversos grados de involucramiento y procesamiento del contenido televisivo. Esta secuencia arranca con la atención, pasa por la comprensión, la selección, la valoración de lo percibido, su almacenamiento e integración con informaciones anteriores y, finalmente, se realiza una apropiación y una producción de sentido. (p.89)

Las conclusiones que se plantearon en este artículo:

“La televisión disminuye la sensibilidad y hace que los niños sean más indiferentes hacia la violencia. Con frecuencia, cuando los padres no están disponibles para los hijos, el niño busca, en el mundo mágico que le ofrece la televisión, llenar el vacío afectivo y la soledad que siente en su propio entorno. La televisión se transforma en una especie de madre o amiga que suple el cariño y la comunicación que le falta; esto genera que la mayoría de los niños pasen muchas veces un gran tiempo de horas sentados frente al televisor cuando los padres o familiares o bien están ausentes, o bien a pesar de estar en el hogar, no puedan dedicar a sus hijos la atención que requieren.” (p.56)

#### **8.1.4. Los programas televisivos infantiles preferidos por los niños de 6 a 8 años**

En el artículo de revisión titulado “Los programas televisivos infantiles preferidos por los niños de 6 a 8 años” realizado por María Luisa, Sevillano García, en el año 2005, plantea como objetivo “Estudiar la relación del niño con la televisión infantil: tiempo que dedica el niño a ver la televisión entre semana y los fines de semana; programas infantiles que ve generalmente”

Ander-Egg (1996) señala que: la televisión es considerada como el medio de mayor incidencia dentro del proceso de socialización. No cabe duda de que los niños aprenden de la televisión: ésta suministra información, presenta modelos de conducta, transmite formas de ser, ofrece valores e ideales, promueve gustos, modas y costumbres. (p.67).

Otro de los conceptos es el referido a la actividad de la audiencia

Orozco (1996) señala que: en el proceso de tele videncia la audiencia no asume necesariamente un papel de receptor pasivo. La actividad de la audiencia se lleva a cabo de distintas maneras. Mentalmente, los miembros de la audiencia frente al televisor se enrolan en una secuencia interactiva que implica diversos grados de involucramiento y procesamiento del contenido televisivo. Esta secuencia arranca con la atención, pasa por la comprensión, la selección, la valoración de lo percibido, su almacenamiento e integración con informaciones anteriores y, finalmente, se realiza una apropiación y una producción de sentido. (p.45)

Las conclusiones planteadas en el artículo están enfocadas al niño, dado que tiene una mente plástica y muy receptora con todo lo que acontece a su alrededor, trata de asumir e interiorizar inconscientemente todos los valores, roles, normas, actitudes y deseos que el mensaje televisivo le ofrece continuamente. De hecho, las actitudes de los personajes de las series infantiles ejercen una gran atracción en los alumnos. Este artículo aporta a mi proyecto de investigación a identificar el consumo del medio televisivo en los niños, y así determinar cómo los programas influyen en su comunicación.

### **8.1.5. Influencia de la televisión en la conducta de los niños**

En el artículo de revisión titulado “Influencia de la Televisión en la conducta de los niños” realizado por Gabriela Pantoja Hernández y Mirna Rodríguez Chacón en el año 2008, Aran (2003) se refieren a que, en las últimas décadas, la sensibilidad social frente a la violencia en los medios de comunicación, en especial la televisión, ha aumentado significativamente. Diferentes investigadores han demostrado que las imágenes emitidas por estos medios ejercen una influencia importante sobre la conducta del individuo especialmente si es infante.

La programación que se presenta en los medios de televisión influyen en la conducta, por esa razón, en la actualidad se ha podido evidenciar la implementación de programas educativos y recreativos para los infantes.

Otro de los conceptos es el referido a Drabmany Thomas (1977), consideran que la principal manera en la que la televisión puede influir en los niños son:

Hacerlos querer imitar lo que ven.

Provocar problemas de sueño.

Específicamente en programas con contenidos violentos: puede reducir las inhibiciones aprendidas contra el comportamiento violento o insensibilizarlos a la violencia.

Los niños que ven con frecuencia programas de TV de contenido violento, se convierten en apáticos a la violencia de la vida real. (p.67)

Las conclusiones planteadas en este artículo:

Si un niño es expuesto a programas con violencia de cualquier tipo, es más probable que sea agresivo, que se identifique con los personajes y, por lo tanto, que imite las conductas que ve en éstos, siendo la violencia el ejemplo que tiene, y reproduciendo estas conductas para resolver sus problemas. (p.78)

Este artículo aporta a mi proyecto de investigación a identificar que los niños los programas con violencia a los que están expuestos los infantes, debido a que no saben diferenciar lo ficticio con la realidad y quieren imitar todo lo que el medio difunde.

## **8.2.MARCO TEÓRICO**

### **8.2.1. La televisión**

La televisión es uno de los medios de comunicación más importantes que ha existido y eso se debe a su fácil acceso que ha hecho que millones de personas de todo el mundo puedan recurrir a esta herramienta. A pesar de que la televisión ha sido criticada, permanece aún hoy en día como un medio de comunicación accesible y cuya importancia radica en el hecho de que permite conocer noticias, entretiene y utiliza lenguajes accesibles para miles de personas en todas partes, y esto a pesar del desarrollo tecnológico. Por ello, Requena (2008) explica:

La televisión ocupa un lugar privilegiado en la casa y cómo esto supone la abolición de la intimidad. La presencia de la televisión en los lugares clave de la vivienda (cuarto de estar, cocina, dormitorio) cambia la disposición de los muebles para adaptarse a su presencia. Esto también influye en la forma de comunicarse entre la familia, la comunicación se estructura en torno a un centro exterior al ámbito familiar (la televisión), con lo que ese lugar deja de ser un espacio de intimidad. La televisión se va acoplando a la vida familiar, llegando a ser un elemento cotidiano y necesario, y así cuando, por ejemplo, en una comida la televisión está estropeada hay cierta incomodidad entre los comensales, que no tienen más remedio que mirar al plato de comida para evitar las miradas de los demás. (p.34)

La televisión tiene algunas ventajas, por ejemplo, tiene mayor grado de accesibilidad para muchas personas que otros medios. Además, la televisión se maneja con un lenguaje informal, y visualmente atractivo, por lo cual su comprensión es mucho mayor que otros medios como la radio o el periódico. Por último, la televisión fue uno de los primeros medios que permitió a los televidentes disfrutar de programas y shows de otras partes del mundo, facilitando el conocimiento entre culturas, además de disfrutar de opciones relacionadas al entretenimiento: películas, series, dibujos, novelas, etc.

### **8.2.2. La televisión y el público infantil**

Los medios se usan con un fin específico, pero en relación a la audiencia, son ellos quienes seleccionan el medio y los contenidos según sus necesidades, hay quienes prefieren informarse y otros ven programas de entretenimiento. Pero enfocándose en el público infantil, el mirar televisión es uno de los pasatiempos más importantes y de mayor influencia en su vida. Haiek (2005) señala:

Los niños en los Estados Unidos miran la televisión durante un promedio de tres a cuatro horas al día. Cuando se gradúan de la escuela secundaria habrán pasado más tiempo mirando televisión que en el salón de clase. Mientras la televisión puede entretener, informar y servirle de compañía a los niños, también puede influenciarlos de manera indeseable. (p.23)

El tiempo que se pasa frente al televisor es tiempo que se le resta a actividades importantes, la lectura, el trabajo escolar, el juego, la interacción con la familia y el desarrollo social. Muchas veces no saben diferenciar entre la fantasía presentada en la televisión y la realidad. Están bajo la influencia de miles de anuncios comerciales que ven al año, muchos de los cuales son de bebidas alcohólicas, comidas de preparación rápida y juguetes.

Greenfield (2004) acota:

La televisión tiene una gran fuerza expresiva, porque se basa en la imagen y esto es muy eficaz para interiorizar los mensajes ya que se meten directamente en el subconsciente. Son imágenes con color, música, presentan la realidad con movimiento, “viva”. En los años setenta surgió la televisión en color y aumentaron las ventas de aparatos televisivos,

y este incremento de la demanda favoreció la producción en cadena, acercando los aparatos a esos sectores de la sociedad para los que antes hubiera sido imposible el acceso a los mismos. La televisión es un gran espectáculo que a su vez integra otros espectáculos como el teatro, el deporte, la música, el cine... con lo cual tiende a refrenar la independencia de estos últimos. (p.67)

La televisión sigue teniendo un papel fundamental en la vida cotidiana de los infantes en todo el mundo, ya sea por su alto consumo o por su accesibilidad, incluso en otras pantallas fuera de la televisión tradicional. De acuerdo a Gómez (2011), el consumo televisivo infantil se explicaría porque:

Los niños y niñas buscan satisfacer sus necesidades de entretenimiento; porque los programas son 'aspiracionales' y las niñas anhelan a ser princesas y los niños superhéroes; porque la televisión es impuesta por el medio. En definitiva, porque la televisión es un tema recurrente con sus amigos; en muchos de los casos es la niñera electrónica. (p. 202)

Los niños y la televisión, según las investigaciones de Schramm, Lyle, Park (2005), los efectos de la televisión en los niños se empezaron a estudiar cuando los hábitos de los niños cambiaron con la llegada de la televisión. De las conclusiones que sacaron en su investigación se puede decir que el niño es un usuario precoz y que ve más horas de televisión conforme aumenta su edad. El niño usa la televisión según la edad, el sexo y su capacidad intelectual. Sus gustos son:

Según el sexo, los niños ven dibujos animados, películas de aventuras y del oeste; y las niñas ven programas con temas amorosos y familiares y les interesan más los problemas de los adultos.

Según la clase social, los niños de clase obrera ven más programas de entretenimiento y relacionados con la fantasía.

Según el nivel intelectual, los que lo tienen más alto ven menos la televisión y son más selectivos que los de nivel bajo y también usan otros medios. La familia es también un factor determinante para la selección de los gustos televisivos infantiles. (p.78)

El público enciende el televisor para divertirse, debido a que se identifican con los personajes y héroes. Para Schramm, la televisión también tiene su lado positivo, porque a través de ella,

los niños conocen personajes y acontecimientos del mundo a los que no tendrían acceso de otro modo. Un punto aparte es la comprensión de los mensajes, los niños aumentan su nivel de entendimiento con la edad.

Los niños suelen realizar otras actividades mientras ven la televisión, como comer o vestirse y lo que mantiene su atención es el uso de voces infantiles, los efectos de música y sonido, el cambio de narrador tema o escena, y los efectos especiales. Los niños que más aprovechan los conocimientos de la televisión y los aplican a sus juegos y su vida, son los de clase social baja, los que viven en el campo, y las niñas más que los niños. (p.89)

Sin duda alguna, la televisión es uno de los medios más aceptados por parte del público infantil, además, los programas que ellos prefieren se relacionan a personajes de ficción o series animadas, para plasmarlas en sus juegos o actividades diarias, ya sea en casa o en sus lugares de estudio.

### **8.2.3. Preferencias televisivas de los infantes**

Ver televisión, es una de las actividades a las que actualmente los niños, niñas y adolescentes, dedican buena parte de su tiempo. Esta herramienta tiene gran influencia en el público referido; sin embargo, la televisión también ha sido criticada en los últimos años, y esto se debe a que no difunde contenidos aptos para el público infantil y también por privilegiar programas y contenidos de carácter sensacionalista que nada aportan al desarrollo de un país (García & Torres, 2009).

Según un estudio realizado en Chile, Rodríguez (2017) menciona:

La programación televisiva destinada al público infantil, en Chile hasta el año 2015 solo un 4% de la parrilla o grilla programática iba destinada a niños y niñas de hasta 12 años de edad, demostrando una tendencia a la baja en contenidos infantiles desde el 2010, año en que la programación para este rango etario era de un 13% del total de la oferta programática (CNTV, 2015). Un dato no menor y preocupante considerando el tiempo que pasan los niños frente al televisor.

De acuerdo a Ortega, Pereira e Igartua, (2016):

Los resultados de las principales investigaciones sobre consumos audiovisuales en los últimos años en occidente ya advierten sobre los efectos negativos que una dieta televisiva audiovisual no seleccionada e inapropiada puede tener sobre los hábitos y el comportamiento del público infantil. (p. 50)

La realidad del consumo televisivo infantil da cuenta de la importancia de contar con programación y contenidos adecuados para ellos, además de formarlos para que hagan un uso responsable de los medios, considerando que utilizan tecnologías que les permiten el acceso, casi sin restricciones, a contenidos audiovisuales o televisivos en internet. En esta misma línea, el estudio de Vergara et. al., (2014) concluye que las nuevas tecnologías no han reemplazo a la televisión, sino más bien se trata "de una apropiación y combinación particular de los diferentes medios" (p.184).

Según Rodríguez, Altamirano & García (2016) manifiestan:

Los niños, niñas y adolescentes aprenden, conocen o replican ciertos contenidos vistos en televisión. No hay duda que este medio y otros como internet generan muchos de los conocimientos previos de los escolares, a veces con buenos resultados y otras sencillamente con resultados nefastos, en especial cuando se olvida a la infancia como receptor habitual de las noticias o informativos habituales. (p.21)

Asimismo, Suárez (2015) manifiesta:

En relación a las preferencias televisivas, los estudiantes analizados en la investigación realizada en Chile, señalaron que ven programación no dirigida exclusivamente a ellos, sino a un público joven y adulto, siendo el horario con más alta audiencia el de las 22 horas en adelante, horario calificado en Chile para mayores de 18 años. Estos hallazgos señalan que en el horario prime time hay niños viendo la televisión, tantos contenidos infantiles, en el caso de que tengan acceso a televisión de pago. (p.56)

Es evidente que la calidad de la programación infantil en los medios de comunicación, especialmente en la televisión es cuestionable por su poca atención a los contenidos de los programas y especialmente a los valores que se transmiten. A pesar de las críticas y la evolución de herramientas para mejorar los contenidos, la programación infantil sigue sin interesar a los propietarios de los medios.

#### **8.2.4. Desafíos de la programación televisiva infantil en contextos locales**

En la actualidad, los medios de comunicación son herramientas indispensables en la vida del ser humano, y, sobre todo de los niños; y esto se debe a que los programas difundidos los atrae y es un estimulante de relajación, pero no son programas educativos, en la mayoría de los casos son series o películas las preferidas.

En este sentido los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la opinión pública, debido a la influencia que ejercen sobre la población mediante los contenidos que difunden. Respecto a la relación entre niños y televisión, Gómez (2011) menciona:

Los niños y niñas buscan satisfacer sus necesidades de entretenimiento; porque los programas son “aspiracionales” y las niñas anhelan a ser princesas y los niños superhéroes; porque la televisión es impuesta por el medio. En definitiva, porque la televisión es un tema recurrente con sus amigos; en muchos de los casos es la niñera electrónica. (p. 202)

Los ecuatorianos miran televisión por la necesidad de querer informarse, es parte de la vida cotidiana, para poder educarse o entretenerse. En el Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación ejecuta cierta regulación sobre los medios. Ávila (2013) manifiesta:

En Ecuador, la Ley de Comunicación ejerce coerción sobre los medios, lo que genera una televisión dócil ante los intereses de los gobernantes, evitando que se cree un verdadero espacio de diálogo. Esta ley regula los contenidos de los espacios radiales y audiovisuales, prohibiendo las escenas de violencia, delitos, discriminación, sexismo, entre otros. A su vez, evita que los medios de comunicación repliquen o recreen actitudes, hábitos y situaciones que no aporten a la cultura ni a la sociedad. (p.45)

De esta manera los medios de comunicación tienen la responsabilidad de generar programas que cumplan con los objetivos de entretener, educar e informar y que beneficie el desarrollo de los niños, permitiendo conocer la realidad. Asimismo, los niños y niñas de algunos países de América Latina, son atraídos por el contenido difundido en los medios, cuando regresan de la escuela, en un momento de descanso o simplemente por distracción. Por tal razón, Sevillano (2005) afirma:

El niño, al regresar de la escuela pasa muchas horas sentado frente al televisor y este factor es debido a que los padres y familiares que conviven con el niño no se dan cuenta de que la televisión es un medio que fácilmente crea adicción en el niño. (p.56)

En las últimas décadas la televisión ha pasado por varias etapas de transformaciones y esto se debe al desarrollo de la tecnología, el cual ya es parte de las actividades diarias de las personas, y en especial del público infantil. La programación que más atrae a niños y niñas son programas de ciencia ficción y violencia tal es el caso de las luchas libres, así lo menciona Sevillano y Perlado (2005)

Los niños desearían parecerse a los personajes de sus programas favoritos en un 81,5% por lo que se deduce que los personajes de las series infantiles ejercen una gran atracción en los niños. De todos los programas infantiles televisivos ofertados a los niños y niñas, puede constatarse que prefieren aquéllos que tienen más acción y violencia, más espontaneidad, manifestada en muchas ocasiones en actitudes inadecuadas de los personajes, el ejemplo más evidente son las luchas libres. Dejan en un segundo plano valores como el fomento de las buenas actitudes, el cuidado del medio ambiente, la importancia del diálogo entre las personas y el fomento del compañerismo como se reflejan en los programas cuyo contenido es educativo. Los públicos infantiles muestran interés por los programas infantiles que incluyen escenas de acción y violencia; relegando a segundo término los educativos, la televisión moldea enormemente la mente de estos niños. (p.1)

También, se han realizado varias investigaciones en relación a las preferencias que tienen los niños y niñas ecuatorianos al momento de elegir su programación, pero se evidencia que en el país la falta de programas educativos es una realidad, así lo afirma Guin (2014):

En Ecuador en el 2014, no se producen programas para niños, la televisión comercial los dejó de hacer por no considerarlos rentables, irónicamente son los niños y adolescentes quienes más horas ven al día televisión. ¿Qué programas deben ver? Lo que esté a su alcance, dentro o no del horario familiar, sin que esos programas hayan sido diseñados, direccionados y concebidos para niños. (p.1)

De la misma manera, es importante mencionar que el público infantil es inocente, por lo cual no desarrollan un criterio que les permite distinguir entre programas buenos o malos. Por ello, el tiempo que le dedican a los programas de televisión requiere de análisis para poder conocer sus preferencias. Por consiguiente, Guin (2014) acota:

Ecuador no es distante a la realidad consumista de los niños frente a la televisión; en la ciudad de Guayaquil, un estudio realizado durante el mes de mayo a niños de edades de entre 8 a 11 años, del sector de Mapasingue y la Cdla. La FAE, constata que el 80% de ellos ven televisión 7 días a la semana, y de estos el 70% consumen un promedio de 6 horas diarias. Lo que evidencia que gran parte del tiempo los niños se encuentran en contacto con la televisión y los distintos contenidos que esta presenta. (p.2)

En relación a la provincia de Cotopaxi, no se evidencian estudios realizados en relación a las preferencias televisivas de los niños y niñas, por ello, con este proyecto y con la investigación realizada se busca conocer como el público infantil acepta la programación de los medios.

### **8.2.5. Preferencias televisivas: ¿incide el estrato socioeconómico?**

La televisión se ha convertido en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes formas de comportamiento de la audiencia. Sandoval (2006) acota:

Los diversos estudios indican que esta relación entre televisión y comportamiento existe, pero ha sido complicado identificar algún tipo de nexo causal. Estas investigaciones se han realizado principalmente en países desarrollados, donde el gobierno, el sector académico y algunas organizaciones privadas se han preocupado por estudiar los efectos de la televisión desde una perspectiva de diseño y planeación cultural. (p.2)

Como ya se ha notado, el público infantil carece de programas enfocados a ellos, por lo que, observan y prefieren programas dirigidos a los adultos. Tomando como referencia al estudio realizado en Chile, del total de tiempo que dedican a ver televisión, casi un 24% lo destinan a programas pasadas las 22 horas, horario calificado en Chile para mayores de 18 años (CNTV, 2012). Por lo tanto, están expuestos a contenidos que podrían ser desfavorables para su formación y desarrollo.

Es importante mencionar que Duarte y Jurado (2016) afirman:

Los hábitos de consumo televisivo de niños y padres responden a diversos aspectos, entre ellos la formación académica de los padres, la estructura familiar y las prácticas que han establecido en el día a día, de ahí la importancia de exponer una breve contextualización de las familias que participaron en la investigación. La generalización de la televisión cerrada en todos los estratos socioeconómicos ha traído consigo un consumo más individualizado del medio aun por parte de los niños más pequeños de la muestra indagada; no obstante, los padres ejercen control sobre la parrilla televisiva vista por sus hijos. La incorporación de mensajes televisivos por parte de los padres acontece al mismo tiempo que otros son objeto de rechazo y resistencia en cuanto se valoran como inconvenientes e inapropiados para la orientación de sus hijos acerca de las relaciones de autoridad. (p.8)

La televisión se ha convertido en uno de los pasatiempos más importantes en la vida de los niños. Los niños y niñas almacenan todo tipo de información que reciben, sean de la escuela, de sus padres, de un cuento y, por supuesto, de la televisión. Por esa razón, es necesario que los medios de comunicación tomen en cuenta la opinión de los infantes antes de difundir contenido, además, deben trabajar en programas educativos o series que no perjudiquen y se conviertan en los preferidos de los infantes.

## **9. VALIDACIÓN DE LAS PREGUNTAS CIENTÍFICAS O HIPÓTESIS**

¿Cuáles son los contenidos y frecuencia de consumo de la programación televisiva local en los niños y niñas de la Unidad Educativa Victoria Vásconez Cuvi y la unidad educativa la Salle?

## 10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO

Para el desarrollo del proyecto investigativo se utilizó el problema de investigación. A continuación, se detallarán los conceptos:

### 10.1. Diseño no experimental transversal- descriptivo y correlacional

Para Hernández (2003), “El término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desee” (p.6). Por lo tanto, se debe conocer los diferentes tipos de diseño que existen para aplicarlos en el proceso investigativo del presente proyecto.

Hernández (2003), también clasifica al diseño de investigación en experimental y no experimental. Como su nombre lo dice el diseño experimental: crea una situación a la que son expuestos varios individuos, para determinar la causa y el efecto del problema a tratar.

El no experimental: se define como la investigación que se realiza sin manipular variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Para Sampieri (2003), el diseño no experimental se clasifica en:

Se divide en tomando en cuenta el tiempo durante se recolectan los datos, estos son: diseño Transversal, donde se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y su incidencia de interrelación en un momento dado, el diseño Longitudinal, donde se recolectan datos a través del tiempo en puntos o periodos, para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y sus consecuencias y el diseño correlacional en el cual se describe la relación causal entre dos o más variables.(p.345)

En este proyecto de investigación se utilizó el diseño no experimental transversal descriptivo, debido a que se recolectaron datos en un tiempo determinado, en este caso, el mes de enero del 2020, posteriormente para describir las preferencias de los programas de televisión de los niños y niñas de las Instituciones Educativas “La Salle” y “Victoria Vásquez Cuví”, se busca establecer relación de hábitos de consumo entre estas dos instituciones, debido a que una institución es pública y otra privada.

## **10.2. Enfoque cuantitativo**

La investigación cuantitativa es aquella en la que se recogen datos cuantitativos sobre el tema a tratar. Por esa razón, Gómez (2006) afirma “Utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas, y confía en la medición numérica, el conteo y el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población” (p.60).

Instrumento el cual será aplicado a los estudiantes de las Unidades Educativas de la ciudad de Latacunga, “Victoria Vásquez Cuví” y “La Salle”, para determinar las preferencias televisivas mediante encuestas.

## **10.3. Nivel descriptivo – correlacional**

En el marco metodológico, Edison Fuentes en su artículo Niveles de Investigación, clasifica 6 tipologías. “Aplicativo, Explicativo, Relacional, Descriptivo, Exploratorio y Correlacional” (p.3).

La presente investigación se enfoca en el uso del nivel Descriptivo - Correlacional, considerado por Cauas (2015) como niveles que:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así y valga la redundancia describir lo que se investiga, mientras que el nivel correlacional tiene como finalidad determinar el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlacionales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación. Este tipo de investigación descriptiva busca determinar el grado de relación existente entre las variables. (p.67)

La aplicación de estos dos niveles en este proyecto de investigación, permitirá identificar las preferencias de los programas de televisión de los niños y niñas de las Instituciones Educativas “La Salle” y “Victoria Vásconez Cuvi”, es importante mencionar que se busca establecer coincidencia de hábitos de consumo entre estas dos instituciones, debido a que una es pública y la otra privada.

#### **10.4. Población, Muestra y Muestreo**

La población es uno de los ejes principales en todo proceso investigativo, esto significa que son elementos que se van a estudiar. También es llamada universo. López (2014) señala el concepto de población. “Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros" (p.23).

Por esa razón, se realizó 379 encuestas en las Unidades Educativas “La Salle” y “Victoria Vásconez Cubi” para obtener los resultados de la investigación y poder determinar las preferencias televisivas del público infantil.

#### **Fórmula para el cálculo de la muestra**

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

Simbología:

**N**= Tamaño de la muestra

**PQ**= Varianza de la población, valor constante = 0.25

**N**= Población / Universo

**(N-1)** =Corrección geométrica, para muestras grandes > 30

**E**= Margen de error estadísticamente aceptable, 0.010 = 10%

**K**= Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

$$n = \frac{26045 * 0.25}{(26045 - 1) \frac{0,0025}{4} + 0,25}$$

$$n = \frac{8}{(199 * 0,000625) + 0,25}$$

$$n = \frac{567}{0,374}$$

$$n = \frac{567}{0,374}$$

$$n = 379$$

## 10.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 10.5.1. Técnica

La técnica de investigación depende mucho del enfoque que se utilice, es por ello, que en el proyecto se utilizó las encuestas, para obtener los resultados del proceso investigativo.

Para la recolección de los datos de investigación, se aplicaron varias encuestas, Campos, Casas, Labradora (2003) manifiestan:

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. La encuesta como una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (p.2)

Técnica que permitirá la relación con la población en estudio, para así conocer sus ideas y conceptualizaciones sobre las preferencias televisivas.

### 10.5.2.1. Instrumento – Encuesta

El instrumento a utilizarse corresponde al temario de preguntas, con un mínimo de 10 preguntas, originadas en base a la necesidad del proyecto de investigación.

El investigador siempre debe elegir aquel instrumento que más se ajuste al diseño de investigación planteado, considerando que debe conservar las características imprescindibles de un instrumento de medida: validez, fiabilidad y grado de operatividad de las variables. (Gil, 2016, p.35). El temario de preguntas tendrá como característica el fácil entendimiento para los participantes, con la finalidad de recolectar información importante para el cumplimiento de los objetivos planteados.



Encuesta realizada por estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica De Cotopaxi

Marque con un X el literal correcto

<b>1. ¿En tu hogar tienen televisión?</b>	
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>2. ¿Cuántas horas al día miras televisión?</b>	
Una hora	<input type="checkbox"/>
Dos horas	<input type="checkbox"/>
Tres horas	<input type="checkbox"/>
Cuatro horas o más	<input type="checkbox"/>
<b>3. ¿En qué momento del día te gusta mirar televisión?</b>	
En la mañana	<input type="checkbox"/>
En la tarde	<input type="checkbox"/>
En la noche	<input type="checkbox"/>

<b>4. ¿Cuál es el horario que prefieres?</b>			
13:00 a 15:00	<input type="text"/>	17:00 a 19:00	<input type="text"/>
15:00 a 17:00	<input type="text"/>	19:00 en adelante	<input type="text"/>
<b>5. ¿Ves televisión pagada? (escoger dos opciones máximo)</b>			
Movistar Play	<input type="text"/>	DIRECTV	<input type="text"/>
Netflix	<input type="text"/>	Otros	<input type="text"/>
		CABLE VISION	<input type="text"/>
		¿Cuál?.....	
<b>6. ¿Qué programas te gustan?</b>			
Dibujos Animados	<input type="text"/>	Novelas	<input type="text"/>
Películas	<input type="text"/>	Noticias	<input type="text"/>
Series	<input type="text"/>	Documentales	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>	¿Cuál? .....	
<b>7. Del contenido que miras en la televisión ¿Qué es lo que más llama tu atención?</b>			
Acción	<input type="text"/>	Violencia	<input type="text"/>
Comedia	<input type="text"/>	Atractivo Visual	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>	¿Cuál? .....	
<b>8. Entre los programas que miras 13:00 a 15:00 (escoger dos programas)</b>			
El chavo del 8	<input type="text"/>	Educa TV	<input type="text"/>
Noticias	<input type="text"/>	Pingüinos de Madagascar	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>	¿Cuál? .....	
<b>9. Entre los programas que miras 15:00 a 17:00 (escoger dos programas)</b>			
Dragon Ball	<input type="text"/>	Películas	<input type="text"/>
Bob Esponja	<input type="text"/>	Novelas	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>	Rosa de Guadalupe	<input type="text"/>
		¿Cuál? .....	
<b>10. Entre los programas que miras 17:00 a 19:00 (escoger dos programas)</b>			
Futurama	<input type="text"/>	Como dice el dicho	<input type="text"/>
Los Simpson	<input type="text"/>	Películas	<input type="text"/>
Otros	<input type="text"/>	¿Cuál?.....	

## 11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 11.5. Resultados

En este capítulo se mostrarán los datos obtenidos en el trabajo realizado, el mismo que tiene como finalidad dar a conocer las preferencias televisivas del público infantil.

#### 1. En tu hogar tienen televisión

Tabla 1

Indicador	Niños y niñas encuestados	Porcentaje
SI	378	99%
NO	1	1%
<b>TOTAL</b>	379	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** Durante el mes de enero se realizó la aplicación de las encuestas en las Unidades Educativas “La Salle” y “Victoria Vásconez Cuvi”, en el cual se pudo evidenciar que en ambas instituciones los estudiantes de 8 a 10 años tienen al menos una televisión en sus hogares, lo que permitió seguir con la investigación en relación a sus preferencias.

**Interpretación:** Según los datos expuestos en ambas instituciones de la ciudad, el público infantil tiene este medio en sus hogares, es importante mencionar que se encuestaron a 379 estudiantes, tanto la pública como la privada.

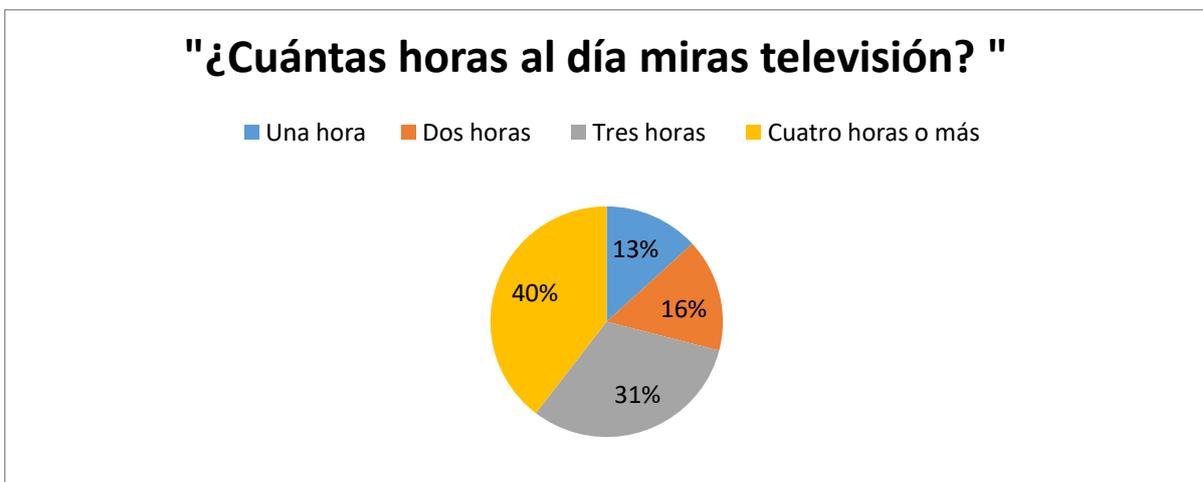
## 2. ¿Cuántas horas miras televisión?

Tabla 2

Indicador	Niños y niños encuestados	Porcentaje
UNA HORA AL DÍA	50	13%
DOS HORAS AL DÍA	60	16%
TRES HORAS AL DÍA	119	31%
CUATRO HORAS O MAS	150	40%
TOTAL	379	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** Durante la aplicación de las encuestas se pudo evidenciar que los estudiantes de ambas instituciones miran la televisión por más de cuatro horas al día con el 40%, mientras que en un porcentaje mínimo con un 13% observan una hora al día, y de la misma manera con el 31% tres horas al día, lo que significa que los resultados fueron equivalentes, es decir iguales en ambas instituciones.

**Interpretación:** Según los datos manifestados, la mayoría de los estudiantes encuestados miran la televisión al menos una hora al día, además, de que los niños tienen una exposición preferencial hacia la televisión privada, también existen tendencias a favor de ciertos géneros de la programación.

### 3. ¿En qué momento te gusta mirar la televisión?

Tabla 3

Indicador	Niños y niñas encuestados	Porcentaje
EN LA MAÑANA	20	5%
EN LA TARDE	170	46%
EN LA NOCHE	189	49%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** Durante la primera semana de enero, en el cual se aplicaron las encuestas los niños y niñas de las Instituciones Educativas, con el 46% en relación a la pregunta 4, ambas partes observan la televisión en las tardes, mientras que con un porcentaje del 49% respectivamente prefieren mirar este medio en la noche.

**Interpretación:** Según los datos manifestados, la mayoría de los niños y niñas de las instituciones prefieren ver la televisión en la tarde y noche, es decir, una vez acabadas sus actividades este medio es su herramienta de distracción y descanso ante sus actividades académicas.

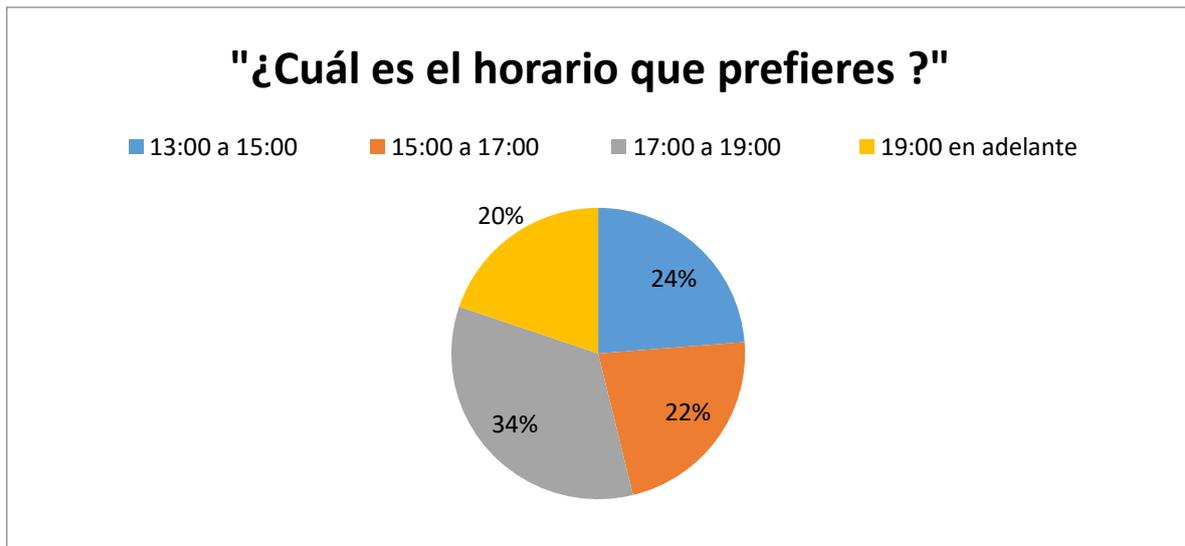
#### 4. ¿Cuál es el horario que prefieres?

Tabla 4

Indicador	Niños y niñas encuestados	Porcentaje
13:00 a 15:00	90	24%
15:00 a 17:00	85	22%
17:00 a 19:00	129	34%
19:00 en adelante	75	20%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** Durante la primera semana de enero, en el cual se aplicaron las encuestas los niños y niñas de las Instituciones Educativas, con el 34% en relación a la pregunta 4, prefieren la franja horaria de 17:00 a 19:00 para mirar sus programas de televisión, mientras que con el 20% de 19:00 en adelante.

**Interpretación:** Según los datos manifestados, la mayoría de los niños y niñas de las instituciones prefieren ver la televisión en la tarde y noche, es decir a partir de las 17:00, es decir, una vez acabadas sus actividades este medio es su herramienta de distracción y descanso ante sus actividades académicas.

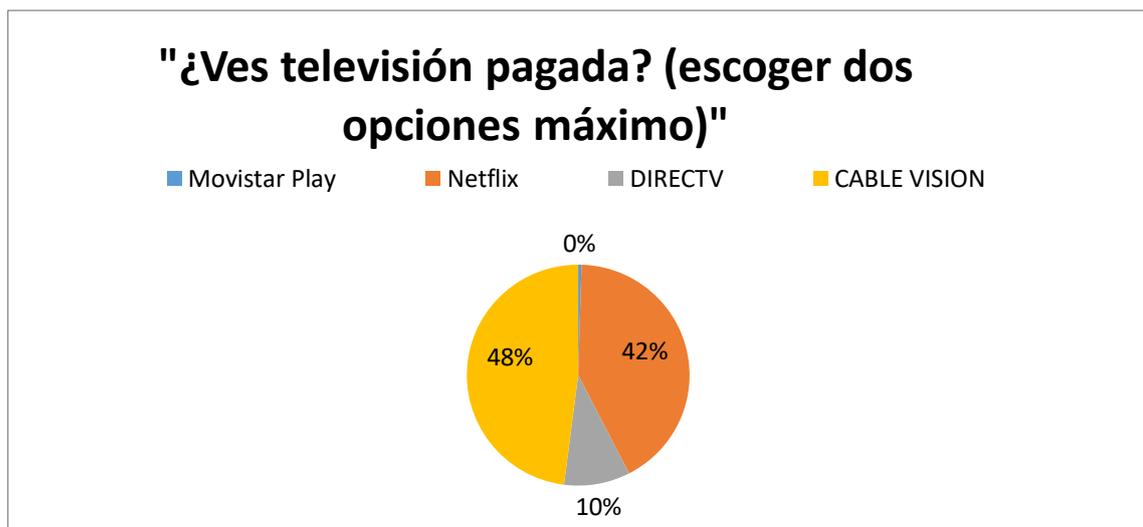
### 5. ¿Ves televisión pagada? (escoger dos opciones máximo)

**Tabla 5**

Indicador	Niños y niños encuestados	Porcentaje
Movistar Play	4	0%
Netflix	350	42%
DIRECTV	80	10%
CABLE VISION	400	48%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>834</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 5**



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** una vez obtenidos los resultados, con 48% los estudiantes prefieren ver programas por cable visión, seguidamente con el 42% Netflix, mientras que con el 10% Movistar Play.

**Interpretación:** Según los datos manifestados, la mayoría de los estudiantes prefieren la televisión pagada, y entre sus opciones más votadas son Cable visión y Netflix, debido a la variedad en programación.

## 6. ¿Qué programas te gustan?

**Tabla 6**

Indicador	Niños y niñas encuestados	Porcentaje
Dibujos Animados	143	38%
Películas	76	20%
Series	65	17%
Novelas	43	11%
Noticias	31	8%
Documentales	21	6%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 6**



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** Durante el mes de enero el 38% de los estudiantes prefieren ver los dibujos animados, seguidamente con el 20 % las películas, con el 17% las series, y con porcentajes mínimos se encuentran las novelas, noticias, entre otros.

**Interpretación:** Según los datos manifestados, la mayoría de los niños encuestados prefieren los programas animados, y los canales de televisión que ven con frecuencia los niños, según las respuestas obtenidas sobre sus tres programas favoritos, muestran claramente la hegemonía de la televisión privada sobre la televisión pública.

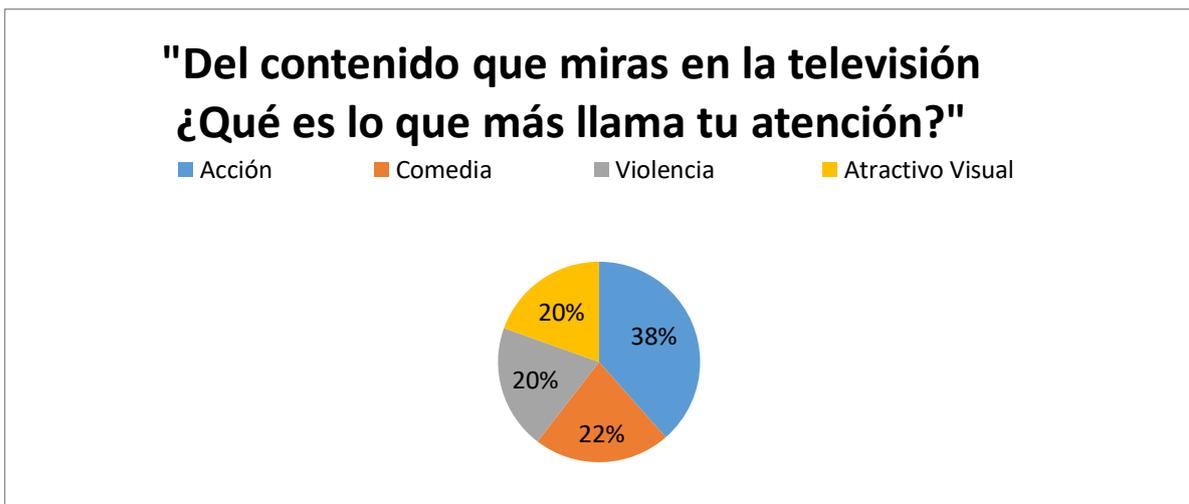
## 7. Del contenido que miras en la televisión ¿Qué es lo que más llama tu atención?

**Tabla 7**

Indicador	Niños y niños encuestados	Porcentaje
Acción	146	38%
Comedia	83	22%
Violencia	76	20%
Atractivo Visual	74	20%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 7**



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** Durante el mes de enero que se aplicaron las encuestas, el 22% de ambas instituciones prefieren los programas que tengan comedia, seguidamente con el 30% que su contenido tenga rasgos violentos y con el mismo porcentaje 20% que posea atractivo visual.

**Interpretación:** Según los datos manifestados, la mayoría de los estudiantes encuestados de ambas instituciones prefieren que sus programas tengan comedia, además, de que los niños tienen preferencia hacia la televisión pagada.

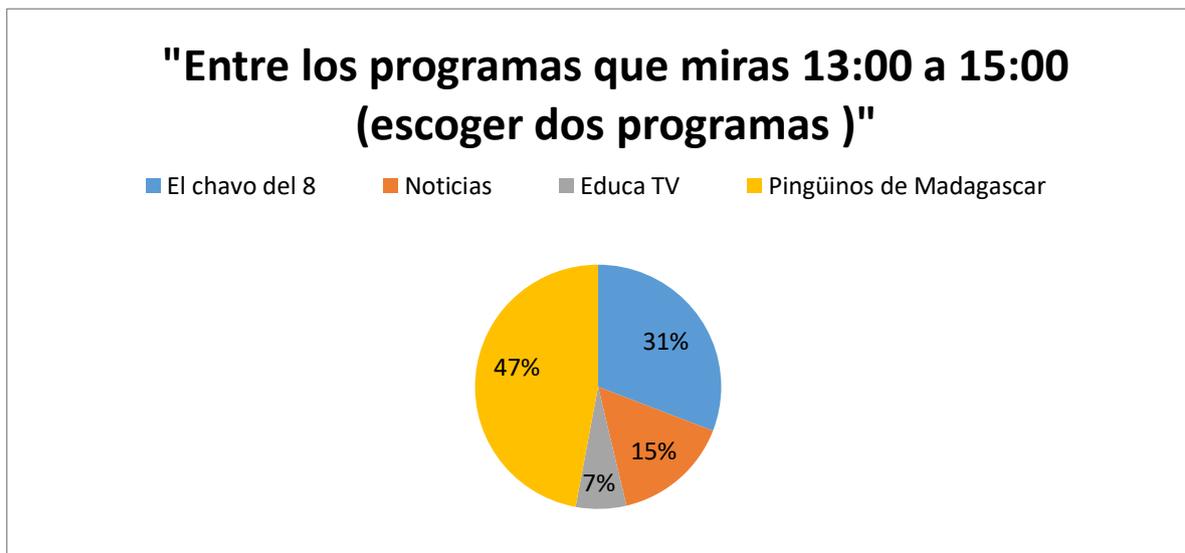
## 8. Entre los programas que miras 13:00 a 15:00 (escoger dos programas)

**Tabla 8**

Indicador	Niños y niños encuestados	Porcentaje
El chavo del 8	200	31%
Noticias	100	15%
Educa TV	43	7%
Pingüinos de Madagascar	305	43%
<b>TOTAL</b>	648	100%

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 8**



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** Los resultados obtenidos de las encuestas en relación a los programas que miran los infantes en el horario de 13:00 a 15:00, con el 43% eligen los pingüinos de Madagascar, seguidamente con el 31% El chavo del 8, y con el 15% noticias, finalmente con el 7% el programa Educa tv.

**Interpretación:** Según los datos manifestados, la mayoría de los estudiantes encuestados de ambas instituciones prefieren que ver en la tarde los pingüinos de Madagascar y el Chavo del 8, es importante mencionar que estos programas se transmiten en televisión nacional y por cable.

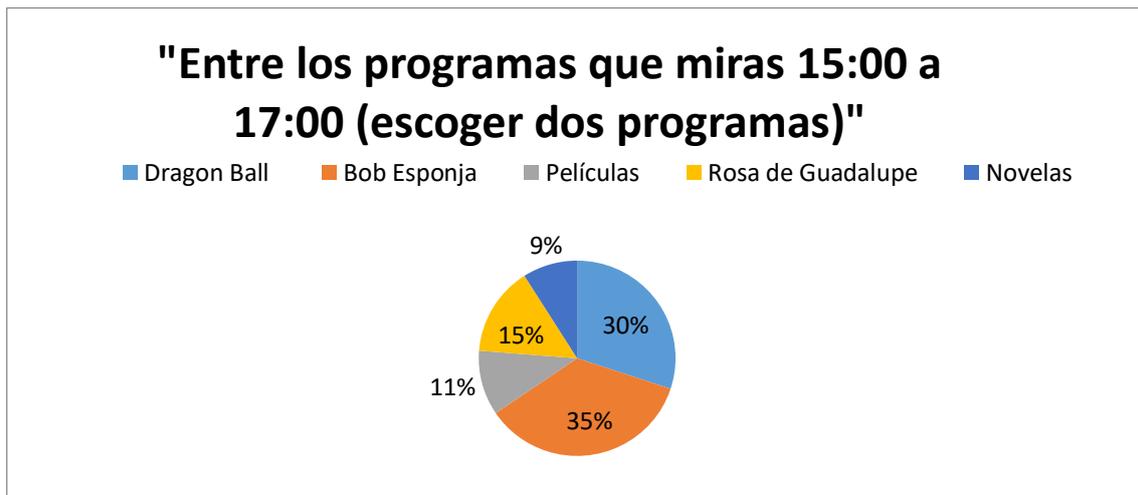
### 9. Entre los programas que miras 15:00 a 17:00 (escoger dos programas)

**Tabla 9**

Indicador	Niños y niños encuestados	Porcentaje
Dragon Ball	224	30%
Bob Esponja	264	35%
Películas	80	11%
Rosa de Guadalupe	110	15%
Novelas	67	9%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>745</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 9**



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** Los resultados obtenidos de las encuestas en relación a los programas que miran los infantes en el horario de 15:00 a 17:00, con el 35% eligen Bob Esponja, con el 30% Dragon Ball, con el 15% La Rosa de Guadalupe, y con porcentajes mínimos escogieron las novelas y las películas.

**Interpretación:** Según los datos manifestados, la mayoría de los estudiantes encuestados de prefieren ver a partir de las tres de la tarde Bob Esponja, Dragon Ball y La Rosa de Guadalupe, es importante mencionar que estos programas se transmiten en televisión nacional y por cable.

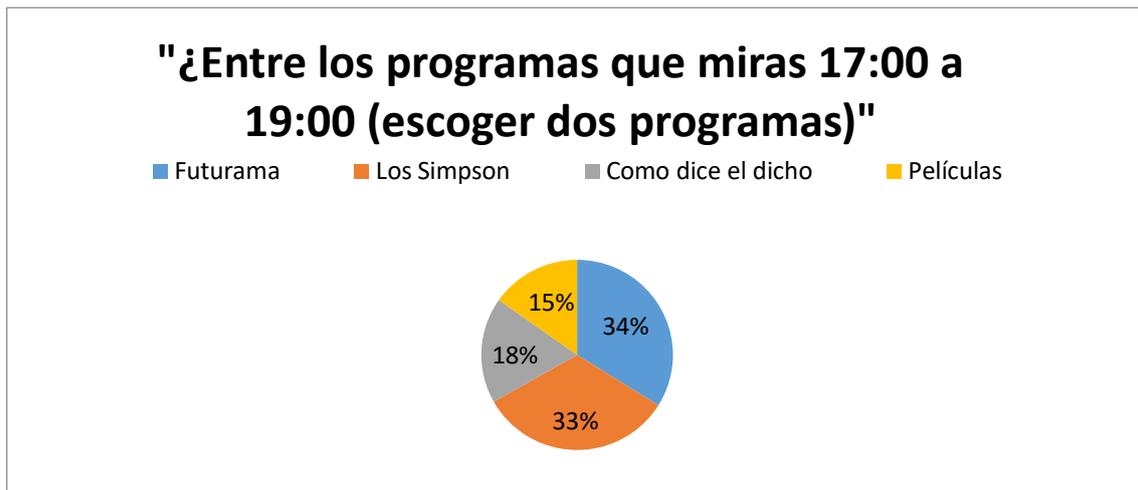
### 10. ¿Entre los programas que miras 17:00 a 19:00 (escoger dos programas)

**Tabla 10**

Indicador	Niños y niños encuestados	Porcentaje
Futurama	245	34%
Los Simpson	238	33%
Como dice el dicho	130	18%
Películas	110	15%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>723</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico 10**



Fuente: Elaboración propia

**Análisis:** Durante el mes de enero en el horario de 17:00 a 19:00 el 34% de los niños prefieren ver Futúrama, con el 33% Los Simpson, seguidamente con el 18% y 15 % respectivamente Como dice el dicho y películas.

**Interpretación:** Según los datos manifestados, la mayoría de los niños y niñas de ambas instituciones prefieren a partir de las 17: 00 mirar los programas animados, Futúrama, Los Simpson y la serie Como dice el dicho, los cuales son transmitidos en señal abierta en todo el país.

### **11.6. Interpretación general de la encuesta**

Para alcanzar el grado de cumplimiento de los objetivos planteados en este proyecto, se aplicó el enfoque cuantitativo a través de la técnica de las encuestas, los cuales se realizaron con los estudiantes de las Unidades Educativas “La Salle” y “Victoria Vásquez Cuví” en la ciudad de Latacunga, se aplicó encuestas con un total de 10 preguntas, a 379 participantes, con el objetivo de conocer las preferencias televisivas de los niños y niñas de ambas instituciones.

Por ello, en la primera pregunta, durante el mes de enero se realizó la aplicación de las encuestas en las Unidades Educativas “La Salle” y “Victoria Vásquez Cuví”, en la cual se pudo evidenciar que en ambas instituciones los estudiantes de 8 a 10 años tienen al menos una televisión en sus hogares, lo que permitió seguir con la investigación en relación a sus preferencias. También se evidenció que los estudiantes de ambas instituciones miran la televisión por más de cuatro horas al día con el 40%, mientras que en un porcentaje mínimo con un 13% observan una hora al día, y de la misma manera con el 31% tres horas al día, lo que significa que los resultados fueron equivalentes, es decir iguales en ambas instituciones. Por otro lado, la mayoría de los estudiantes prefieren la televisión pagada, y entre sus opciones más votadas son Cable visión y Netflix, debido a la variedad en programación, y esto se reflejó en que el 38% de los estudiantes prefieren ver los dibujos animados, seguidamente con el 20 % las películas, con el 17% las series, y con porcentajes mínimos se encuentran las novelas, noticias, entre otros.

Seguidamente los programas que miran los infantes en el horario de 13:00 a 15:00, con el 43% eligen los pingüinos de Madagascar, seguidamente con el 31 % El chavo del 8, y con el 15% noticias, finalmente con el 7% el programa Educa tv; mientras que en el horario de 17:00 a 19:00 el 34% de los niños prefieren ver Futúrama, con el 33% Los Simpson, seguidamente con el 18% y 15 % respectivamente Como dice el dicho y películas. Es decir, que la mayoría de los niños y niñas de ambas instituciones prefieren los programas animados, que son transmitidos a nivel local y por cable, como medio de distracción ante sus actividades académicas.

En relación, al estrato socioeconómico se determinó que este no repercute en la elección de los programas, como ya se mencionó anteriormente, los niños de la institución pública eligen las caricaturas y los de la privada las series y películas, es así que los niños de los ambos estratos miran los programas televisivos que les llame la atención y eso es suficiente para que una serie o dibujo sea su preferidas.

### 11.7. Compendio de parrilla de programación canales locales y nacionales.

Tabla °1

Horario medios de comunicación	Elite tv	Tv Color	Ecuavisa	Teleamazonas	RTS
12:00 a 01:00	Películas (temas variados)	Cine Color (temas variados)	Telemundo	Tnv. Paraíso travel	Crónica del terror ( serie)
01:00 a 02:00	Películas (temas variados)	Cine Color (temas variados)	Estadio	Homelad	Criminología naval
02:00 a 03:00	Películas (temas variados)	Cine Color (temas variados)	Pluri Tv II	Reprís 24 horas tercera emisión	Criminología naval
03:00 a 04:00	Películas (temas variados)	Cine Color (temas variados)	Al Límite	Tnv. un poquito tuyo	Criminología naval
0400 a 05:00	Películas (temas variados)	Cine Color (temas variados)	Tnv. Sombras del Ayer	Plurityv	Criminología naval
05:00 a 06:00	Películas (temas variados)	Las Bailaditas Ecuatorianas	Tnv. La Guerra	Tnv. Nuevo rico nuevo pobre	Maerketin worldwide
06:00 a 07:00	La palabra con todos	Las Bailaditas Ecuatorianas	Televistazo al amanecer	24 horas primera emisión I	Despertar de la noticia
07:00 a 08:00	La palabra con todos	Televistazo en la comunidad	Desayunos 24 horas	La noticia primera edición	
08:00 a 09:00	Sucesos	Por la Comunidad	Tnv. Viuda Joven	24 horas primera emisión II	La noticia en la comunidad
09:00 a 10:00	Películas (temas variados)	Hosbend Naturals	Caso cerrado	Tnv. Soy Yo	La noticia en la comunidad
10:00 a 11:00	Películas (temas variados)	Revista En Familia	En contacto	TNV. Orgullo y pasión	Club de la mañana
11:00 a12:00	Películas (temas variados)	Peke Color	En Contacto	Tvn. Boys over flowers	Mujer casos de la vida real
12:00 a 13:00	Última Palabra	Infórmese	En Contacto	Master Chef	Tnv. Sin tu mirada
13:00 a 14:00	<b>Educa tv</b>	Latacunga al Medio Día	Televistazo II	24 horas segunda emisión I	Lo que la vida me robó

<b>14:00 a 15:00</b>	Películas (temas variados)	Documentales	Tnv. Muy Padres	<b>Educa tv</b>	Chavo del ocho (Comedia)
<b>15:00 a 16:00</b>	Películas (temas variados)	<b>Educa tv</b>	Tnv. Abigail	Pingüinos de Madagascar	<b>Chavo del ocho (Comedia)</b>
<b>16:00 a 17:00</b>	Películas (temas variados)	Cine Color (temas variados)	<b>Dragón Ball súper</b>	<b>Bob Esponja</b>	Laura en América
<b>17:00 a 18:00</b>	Películas (temas variados)	Los Colores del Amor	Tnv. Eva Luna	Futúrama	Tnv. Rubí
<b>18:00 a 19:00</b>	Películas (temas variados)	Los Colores del Amor	Caso Cerrado	Los Simpson	La rosa de Guadalupe
<b>19:00 a 20:00</b>	Sucesos	Reporteros en Acción segunda emisión	Televistazo Estelar	Tnv. Nuevo rico nuevo pobre	Como Dice El Dicho
<b>20:00 a 21:00</b>	Última Palabra	Hablando Claro	Tnv Sharon rr	24 horas tercera emisión	La rosa de Guadalupe
<b>21:00 a 22:00</b>	Juega Familia	Panorama	Tnv. José de Egipto	Tnv. Los hombres también lloran	Tnv. Sila
<b>22:00 a 23:00</b>	Películas (temas variados)		Tnv. La Niña	Tvn. Woman	Tnv. Elif
<b>23:00 a 24:00</b>	Películas (temas variados)		Tnv. El Chema	Tnv. La gloria de lucho	La noticia estelar, copa

Fuente: Canales de televisión – Equipo de trabajo

### 11.8. Análisis de contenido

Una vez analizada la parrilla de programación de las producciones más vistos por los encuestados de la ciudad de Latacunga que se tomaron en cuenta en esta investigación, se pudo evidenciar que el público infantil prefiere la programación de medios nacionales antes que los locales.

#### PINGÜINOS DE MADAGASCAR

Debo confesar que, antes de Pingüinos de Madagascar, no había considerado las posibilidades cómicas de estos personajes. Pero si bien, después de ver la serie, me sigue resultando difícil localizar con exactitud qué los hace tan chistosos, quedé convencido que estos dibujos animados transmiten una seria de emociones a través de sus imágenes contenido, sonido y lenguaje.

Esta franquicia es reléivate claro, está entre su apariencia tierna, sus ojos grandes, sus aletitas inútiles y el carácter marcial de las operaciones tipo James Bond.

Además, esta animación aprovecha para realzar la sensación de ágil aventura que se quiere transmitir, donde las cosas van sucediéndose con celeridad para hasta cierto punto, donde los personajes trasmiten un contenido violento por sus acciones y aventuras que atraviesan.

## **FUTURAMA**

Futurama es una serie de animación creada en estados unidos en los anos de 1999 y 2013 la más importante de este siglo, la segunda serie de Matt Groening (creador de Los Simpson) esta serie con alguna cancelación de temporadas por contenidos violentos y lenguajes no aptos para niños siendo esta trasmitida en horario estelar.

Explorando nuevos campos dentro de la comedia de animación, trasladando a un futuro, mezclando la ciencia ficción con la comedia, la serie de animación se basa más en el desarrollo de los personajes y en crear situación para que su virtudes y defectos.

## **BOB ESPONJA**

Este dibujo animado trata de la vida de una criatura marina (esponja de mar) de pantalones cuadrados, que vive en una piña debajo del mar que día a día atraviesa aventuras con sus dos amigos Patricio estrella y Arenita, una ardilla, considerado los mejores amigos. Bob Esponja es un personaje que se caracteriza por ser dulce, bueno, divertido, alegre, amistoso, feliz, trabajador, “molestoso”.

Por esa razón, Carolina López (2012) señala

La televisión, explica la terapeuta ocupacional Carolina López, se dirige a los centros del cerebro donde se procesan los estímulos básicos de color, sonido, sensaciones y emociones. Con este bombardeo de información, los niños no hacen esfuerzo por mantener su atención o procesar la información que les llega, pues sus sentidos son hiperestimulados. En los que tienen dificultad de atención e hiperactividad, este exceso de estímulos tiende a generar un mayor nivel de inquietud motriz. Según el canal infantil

Nickelodeon, que transmite la serie animada, la investigación midió la atención de niños para quienes no está diseñado Bob Esponja, pues el programa va dirigido a pequeños entre los 6 y los 11 años, y solamente fueron evaluados menores de 4. Para la psiquiatra de niños y adolescentes Jazmín Abraham, no necesariamente la velocidad de estos programas afecta la atención. "Usualmente, los niños que son distraídos se dispersan más a mayores estímulos y el que es desatento lo es con o sin televisión". Algunos expertos encuentran subjetivo que una caricatura afecte la capacidad de atención. "Cada niño es diferente y en un resultado como este hay que evaluar, por ejemplo, si se trata de un pequeño sano o uno con rasgos de impulsividad", sugiere la neuropediatra Blanca Doris Rodríguez. (p.78)

Asimismo, estos expertos recomiendan programas educativos, con mensaje ético, moral, emocional, que transmitan tranquilidad y bienestar. También, que muestren los roles de una familia en la que los niños socializan y respetan a los adultos.

### **EL CHAVO DEL 8**

Este programa nos cuenta la historia de un niño de 8 años de edad, llamado "El Chavo del 8", vive en una vecindad con sus amigos: Kiko, un niño envidioso, la Chilindrina un niña peleona y grosera, Don Ramón un hombre que no trabaja y debe la renta, la Bruja del 71 una mujer jubilada, la Señora Florinda una mujer soberbia y orgullosa.

Asimismo, Muñoz (2004) afirma:

El Chavo del Ocho ha contribuido a abonar una de las características más destacables del humor del mexicano y del latinoamericano: el doble sentido. Aunque en apariencia los diálogos sean aptos para todo público y esté dirigido a los niños, lo cierto es que, de ser así, los adultos poco encontrarían de atractivo en este programa. El éxito de Chespirito se debe en gran medida al uso del ingrediente pícaro que sólo puede rescatar en sus parlamentos un buen escritor de comedia que conozca ampliamente la cultura popular y el manejo del idioma que tengan los sectores excluidos hasta del lenguaje culto. (p.34)

El Chavo del Ocho es uno de los programas con mayor influencia en los últimos años y que la vida de este niño seguirá siendo paralela a la de la cultura latinoamericana por muchos años más.

### **EDUCA TV**

Educa TV promueve la comunicación a través de la televisión, destinada al público en general, con el objetivo de transmitir cultura y tradición mediante programas audiovisuales, enfocados para niños y niñas de todo el Ecuador.

La falta de producción Nacional y la supremacía de lo comercial ante lo educativo surge Educa, como una propuesta edu-comunicativa del Ministerio de Educación y la SECOM ante la escasez de contenidos que contribuyan en el aprendizaje y formación de valores.

### **DRAGÓN BALL**

Una serie basada en artes marciales que se desarrolla con las aventuras de Goku, un guerrero de raza sayallyn, que tiene el objetivo de la defensa del planeta Tierra, debido a que es atacada por seres de otros planetas y que pretenden apoderarse de las esferas del dragón para destruir a la humanidad por completo. Muñoz (2004) manifiesta:

Cuando escucho el nombre de Dragon Ball Z, mi mente de inmediato se remite a un mundo cargado de acción. A un universo de adrenalina, de peleas extraordinarias y de combates épicos. Mi mente se remite a Goku ensangrentando en el planeta Namek tratando de detener a Frieza. A Gohan acabando con Cell usando un solo brazo. A Vegeta sacrificándose por su familia, a la fusión, a la Genkidama y a un sinnúmero de momentos inolvidables que marcaron a más de una generación. (p.67)

Porque el hablar de Dragon Ball Z es hablar de un anime que se convirtió en el más influyente de su género.

## **12. IMPACTOS**

Mediante la investigación realizada sobre las PREFERENCIAS TELEVISIVAS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS DE LA CIUDAD DE LATACUNGA, se pudo determinar la presencia de impactos técnicos y sociales.

## **12.5. Impactos técnicos**

Los medios de comunicación se han convertido en la principal fuente de información, para la sociedad, es por ello que, al momento de difundir información, deben tener en cuenta el impacto que va a causar en quienes consumen el contenido. Acotando a esto, Ortega (2004) señala que:

El papel que han jugado, y juegan, los medios de comunicación, en la concepción generalizada que existe hoy sobre la inmigración en nuestra sociedad, se puede resumir, en el qué hemos contado y en el cómo lo hemos contado. (p. 1)

Los programas que actualmente se difunden y son los preferidos por los infantes son los que tienen comedia y violencia en sus contenidos, en este caso los dibujos animados y series, además, mediante este proyecto de investigación, el impacto técnico es el que los medios van a poder identificar la aceptación de los programas y cuáles deberían mejorar y que beneficien en el desarrollo de los infantes. En definitiva, la comunicación debe plantearse desde el ciudadano es decir lograr una programación no solo que les guste a los niños, sino que les sirva.

Al poder analizar las preferencias televisivas, se puede evaluar los contenidos violentos y establecer proyectos para ejecutar programas dirigidos al público infantil, en el caso de Ecuador ya se ha creado “Educa Ecuador” la cual es transmitido en la franja horaria de la tarde, a partir de las 14:30 hasta las 15:00, pero este no tiene la aceptación que debería, a partir de esta experiencia los medios locales con esta investigación tendrán una referencia de los cambios que deberían realizar en sus contenidos y las estrategias que deben tomar al momento de ejecutar un programa dirigido a los niños.

## **12.6. Impactos sociales**

Al abordar este estudio y culminarlo se puede decir que los niños y niñas prefieren mirar la televisión en su tiempo libre y prefieren contenido divertido, por esa razón, también prefieren

ver medios nacionales, lo que deja una brecha en relación a los medios locales, que deberían mejorar la variedad en su programación.

Los medios de comunicación, y en este caso la televisión, deben tomar estrategias para difundir contenido educativo, es decir, siguiendo pautas que beneficien a los infantes y a su entorno, con esto se refiere a que los programas no solo deben entretener sino también educar. Además, estos programas deben tener las características que les agrada a los infantes, es decir, tener variedad de colores, dibujos, contar una historia entre otros.

Los impactos generados en la sociedad por la televisión, son positivos y negativos. Positivos porque aprendemos más acerca de nuevas culturas, nuestra mente genera ideas en base a lo que divisamos, así como también se desarrolla más nuestra imaginación; por otro lado, entre los aspectos negativos se da la pérdida de cultura, tendencias que en algunas ocasiones provocan que los jóvenes de mentes frágiles se dejen influenciar en negativo; sin embargo, la televisión desde su inicio se creó para entretener al público, pero en la actualidad se busca que también eduque.

En resumen, la elaboración y ejecución del proyecto, aportará y abrirá una ruta de investigación a un problema o fenómeno que no se ha abordado hasta el momento, y de la misma forma, se podrá evaluar cómo los medios están respondiendo a las nuevas condiciones de integración cultural en las ciudades, en este caso el cantón Latacunga.

### **13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

A continuación, en las conclusiones se presentarán los principales resultados que se han obtenido a partir del desarrollo del trabajo investigativo.

### 13.5. Conclusiones

- Como resultado del proyecto de investigación se observó que los infantes de ambas Unidades Educativas, prefieren ver la programación de los canales nacionales antes que los locales, debido a la variedad de programación que ofrecen estos medios. Además, se obtuvo que los niños y niñas prefieren los dibujos animados y series de televisión como Futúrama, Los Simpson, Bob Esponja y el Chavo del 8 respectivamente, estos programas infantiles son los más conocidos y esto pone en evidencia sus preferencias televisivas.
- El estudio ha evidenciado que no existe preferencias televisivas por parte del público infantil a nivel local. Por el hecho de ser un medio de la ciudad hace que la mayor parte de la información se enfoque en problemas estrictamente locales y que son tratados mayoritariamente con versiones oficiales o provenientes de una sola fuente y no toman en cuenta la diversidad de programas que deben difundir.
- En el análisis de la parrilla informativa, la televisión educativa ha sido una propuesta desarrollada preponderantemente por la televisión pagada, en tanto que los medios televisivos de señal abierta han generado insuficientes espacios destinados al ámbito educativo, así los talk shows, la prensa rosa, los realities y las caricaturas de contenido adulto priman en las parrillas de programación. Por ello, es necesario que la programación no sea reiterativa, escasa de creatividad o estereotipada, sino que marque una comunicación entretenida, educación de valores morales, saberes culturales y a su vez buscando una atracción para el espectador.
- El contenido de la parrilla local es la vía que conduce al espectador hacia la televisión, los infantes afirman el desinterés que les provocan las producciones locales, el contenido es aburrido y no se tiene una idea central de lo que desean plasmar, asimismo, se debe crear programas educativos con las familias y los menores, para poder observar la influencia y las preferencias que tienen los espectadores

### 13.6. Recomendaciones

- Es importante que se analicen la variedad de programas que se emiten, para corregir la construcción de los contenidos difundidos en la televisión, y que estos deben estar enfocados en programas dirigidos a los infantes, según sus necesidades y preferencias. Asimismo, es necesario desarrollar códigos deontológicos que involucren al equipo de trabajo de manera activa, para lograr un análisis crítico de los programas que se desean difundir y esto en relación permanente con la academia que incentive sus tareas de investigación y vinculación con la sociedad hacia este ámbito.
- Al ser un proyecto de investigación, se propone a la sociedad que se amplíe el estudio a Unidades Educativas a nivel nacional, por medio de estudios comparativos entre medios nacionales y locales, para así conocer más a fondo las preferencias televisivas de los niños y niñas.
- Considerando la facilidad de mensajes formativos, se podría educar a la población a que sea más crítica y a que elija mejor lo que ve, pero esto no quiere decir que se debe modificar radicalmente sus formatos, sino que garantice espacios en donde las personas se puedan ver reflejadas y sirva como puente entre las clases sociales, generando de esta manera, un cambio no solo para este medio de comunicación (televisión), sino también para la ciudadanía en general, el cual es el objetivo de los programas que se transmiten en cada canal de televisión.

### 14. BIBLIOGRAFIA

- Aguaded, J. I., (2005). Convivir con la televisión. Barcelona: Paidós.
- Aguaded, J.I & Urbano-Cayuela, R. (2014). Nuevo modelo de enseñanza europeo a través del prosumidor infantil televisivo. Revista Comunicación y Hombre. N°10, pp. 131-142. Recuperado el 27 de diciembre de 2016. Disponible en [www.comunicacionyhombre.com/pdfs/10\\_inve\\_aguadedyurbano.pdf](http://www.comunicacionyhombre.com/pdfs/10_inve_aguadedyurbano.pdf)

- Campos, J. D., Casas Anguita, J., Labrador, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención primaria*, 31(8), 527-538.
- Consejo Nacional de Televisión de Chile. (2014). VIII Encuesta Nacional de Televisión. Recuperado de [http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20151209/asocfile/20151209124713/viii\\_encuesta\\_nacional\\_de\\_televisi\\_n.pdf](http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20151209/asocfile/20151209124713/viii_encuesta_nacional_de_televisi_n.pdf)
- Duarte-Duarte, J., & Jurado-Jurado, J. C. (2016). Consumo televisivo de padres y niños y recepción de las representaciones de autoridad agenciadas por la televisión. *Palabra Clave*, 19(2), 607-629.
- Gallo, E., Lopera, J. G., & Vélez, J. C. (2008). Las preferencias televisivas de jóvenes escolarizados. *Revista Luciérnaga Audiovisual*, 1.
- García R & Torres C. (2009). El vínculo infancia-televisión en la sociedad actual. Análisis de la programación televisiva infantil española. *Enseñanza & Teaching: Revista Interuniversitaria de Didáctica*. Vol. 27, N° 2, pp. 103-122. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3232165>
- García Núñez de Cáceres, E. P., (2005). Niños, televisión y violencia: una propuesta de educación para la recepción. (Artículo científico)
- Guin, C., (2014). Influencia de la falta de Producción Audiovisual infantil en los Hábitos televisivos de niñas y niños de 8 a 11 años de la escuela “Libertador” de la Cdla. La FAE y Fundación “María Eugenia” del sector Mapasingue de la ciudad de Guayaquil, durante el primer semestre del 2014. (Tesis de grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayas.
- Gómez, D. (2011). Análisis de contenido de programas infantiles transmitidos en la televisión abierta mexicana: ¿violencia, valores o variables de calidad? *ComHumanitas*, Vol. 2, N° 1, pp.191-203. Recuperado de <http://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/comhumanitas/article/view/24/24>
- Greenfield. P. (1984). *El niño y los medios de comunicación*. Morata. Madrid.
- González Requena, Jesús. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra. Madrid, 1988.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*.

- Ibañez, J. L. (1999). Televisión y programación infantil en Euskadi. ZER: Revista de Estudios de Comunicación= KomunikazioIkasketenAldizkaria, 4(7).
- López, P. (2014). Población muestra y muestreo. Punto cero, 9(08), 69-74. COCHABAMBA-BOLIVIA. Recuperado de: [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762004000100012&script=sci\\_arttext&lng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1815-02762004000100012&script=sci_arttext&lng=es)
- Muñoz, S. A. (2004). La influencia de la nueva televisión en las emociones y en la educación de los niños. Revista Internacional de Psicología, 5(02), 1-31.
- Ortega, F., Pereira-Galhardi, C. & Igartua, J.J. (2016). Análisis de las producciones mediáticas en Brasil frente a las audiencias infanto-juveniles: una aproximación cuantitativa. Communication&Society, Vol. 29, N° 3, pp. 49-68. Recuperado de [https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=583](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=583)
- Porta, A., & Fernández, R. (2009). Elaboración un instrumento para conocer las características de la banda sonora de la programación infantil de televisión. (Artículo científico)
- Requena. J. (1988). El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Cátedra. Madrid.
- Rodríguez, C. A., Núñez Núñez, V., & Astudillo Rivera, E. (2017). Consumo televisivo de audiencias infantiles: un estudio cualitativo con estudiantes chilenos-Chile. Comuni@cción, 8(2), 105-115.
- Roda Fernández, R. Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea. C.I.S. Madrid, 1989
- Sandoval Escobar, M. (2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. Universitas Psychologica, 5(2), 205-222.
- Sevillano, M., (2005). Los programas televisivos infantiles preferidos por los niños de 6 a 8 años. (Artículo científico)
- Suárez, Valero, J. (2015). Niños noctámbulos: Consumo infantil de televisión en las bandas "access prime time, prime time y late night" en 2007 y 2013. (Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/34430/1/T36714.pdf>
- Suing, A., (2016). Contexto de la recepción infantil y juvenil del programa "Educa TV" en el sur de Ecuador. Question.

- Vergara, E. & Chávez, P. (2014). Televisión e infancia. Una aproximación comparativa y etnográfica al consumo televisivo en niños chilenos de estratos socioeconómicos medio-alto y bajo. Cuadernos.info, N° 35, pp. 177-187. doi: 10.7764/cdi.35.637
- Villacastín, R., (2002). Víctima de la fama. Revista Mujer de hoy. N° 183, 58.
- Vilches, Lorenzo. La televisión. Los efectos del bien y del mal. Paidós. Barcelona, 1993.

## 15. ANEXOS

### Anexo N° 1 - Hojas de vida



## Natalia Maribel Zapata Vilaña

---



Sangolquí. Urb. San Francisco. Calle “E”. Casa: No. 177



02233 0573 – 0984630579



natyzapatav@gmail.com

### Formación

**Año 2010**                    **Magíster en Ciencias Internacionales**

Universidad Central del Ecuador

Facultad de Jurisprudencia

Instituto Superior de Ciencias Internacionales

**Año 1997**                    **Licenciada en Comunicación Social**

Universidad Central del Ecuador

Facultad de Comunicación Social

### Experiencia

2019 – ACTUAL                    UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

#### Docente

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

Carrera de Comunicación Social

(Estructuralismo, Funcionalismo, Estudios Cualitativos y Cuantitativos  
Psicología de la Comunicación, Ética y Periodismo Ciudadano).

**Editora** de la Revista indexada “Rimarina”.

**Coordinadora** de la Carrera en Vinculación con la sociedad.

**2014 –2019**                    **UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR**

Docente

Facultad de Ciencias Administrativas

- Lenguaje y Comunicación (nivelación)

- Lenguaje y Comunicación (*semipresencial- online*)

Facultad de Comunicación Social

Escuela de Turismo Histórico y Cultural

- Investigación I y II.

**2012- 2015**                    **INSTITUTO DE ALTOS ESTUDIOS  
NACIONALES - IAEN-**

Docente Asociado

*Docente virtual*

**2011 – 2014**            **IDEAS CONSULTING CÍA. LTDA.**

Consultorías varias temáticas.

**2012**    **Mayo/Julio**    **ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO  
ESPE/MINISTERIO DE JUSTICIA.**

Docente

**2011 Enero/Junio**    **COOPERATIVA DE AHORRO Y  
CRÉDITO**  
  
**SISTEMA DE RIEGO AMBATO –  
HUACHI – PELILEO LTDA.**

Varias capacitaciones

### Experiencia periodística

2014 – actual                    **PERIODISTA – INDEPENDIENTE. LOCUTORA DE  
PROGRAMAS DE RADIO**

2013 - 2014                    **COMUNICACIÓN Y CONSULTORÍA CONSULRADA  
S.A.**

**Gerente General**

2012                                **EMPRESA PÚBLICA DE DESARROLLO  
ESTRATÉGICO “ECUADOR ESTRATÉGICO”**

**Profesional y Directora de Comunicación**

## DATOS PERSONALES

**Nombres:** Marco Alexander

**Apellidos:** Carrera Salguero

**Fecha y Lugar de nacimiento:** Quito, 30/08/1993

**Cedula de identidad:** 172208664-0

**Edad:** 26 años

**Estado civil:** Soltero

**Dirección domiciliaria:** Amaguaña (Barrio Cochapamba OE2-194)

**Teléfono:** Tel: (02)2878387

**Celular:** 0998439138

**Correo:** [alexcarrera30@hotmail.com](mailto:alexcarrera30@hotmail.com)

**Licencia:** Tipo B



## FORMACIÓN ACADÉMICA

### ✓ ESTUDIOS PRIMARIOS

**Institución:** Escuela Particular “Jacinto Jijón y Caamaño”

**Ciudad-País** Quito, Ecuador.

### ✓ ESTUDIOS SECUNDARIOS

**Institución:** Unidad Educativa “Vida Nueva”

**Ciudad-País:** Quito, Ecuador.

Bachiller en Contabilidad.

### ✓ NIVEL SUPERIOR

**Institución:** Universidad Técnica de Cotopaxi

**Carrera:** Licenciatura en Comunicación Social

**Ciudad-País** Latacunga, Ecuador

**Idiomas:** Italiano.

### **EXPERIENCIA LABORAL**

- **EMPRESA:** SERCOM (Sistemas y Telecomunicaciones)

Cargo ocupado: Asistente de Servicios Generales y Agente vendedor vía telefónica.

Tiempo: septiembre 2013- julio 2016

**Datos personales**

Nombre y apellido: José Patiño

Dirección: Sector Mayorista AV. Cotopaxi

Teléfono(s): 3680 328- 0983034867- 0979774009- 0969022994b

Lugar y fecha de nacimiento: Tambillo 6 de Abril de 1993

Edad: 26

Estado civil: Soltero

Documentos de Identificación: 1724936222

País, ciudad y estado o departamento: Ecuador, Latacunga, San Felipe

Email: [joserobe251@mail.com](mailto:joserobe251@mail.com)



La dirección en pos producción, producción de programas televisivos para el programa MANOS A LA OBRAS, elaboración de contenidos audiovisuales para unos programas de PASO POR MEJIA transmitidas por Multicanal, Community Manager de Gremio de Artesanos del Catón Mejía, Gremio de Mecánicos del Cantón mejía, Community Manager y de una extensión de un departamento de la Universidad Técnica De Cotopaxi en el departamento de Vinculación con la Sociedad

**Experiencia laboral (3 años)****Nivel de educación**

TERCER NIVEL: Egresado de la Facultad de ciencias Humanas y Educación en la Carrera de Comunicación Social

**Otros estudios:**

Secundaria en el Colegio Nacional Machachi Bachiller en Ciencias Sociales

Estudios de tercer Nivel: Universidad Técnica de Cotopaxi, egresado de la Facultad de ciencias Humanas y Educación en la Carrera de Comunicación Social

Idiomas: inglés Medio, Suficiencia en Italiano A1

Idiomas: Inglés

Dominio: Escritura = Buena

Lectura = Muy Buena

Conversación = Regular

Idiomas: Italiano

Dominio: Escritura = Buena

Lectura = Muy Buena

Conversación = Buena

### **Historia laboral**

**Último empleo:** Camarógrafo, Editor Guionista del Programa Manos a la Obra transmitido por Multicanal en el Cantón Mejía, se terminó el contrato del Programa que se presentaba tiempo laboral, Mayo 31 del 2018 hasta Mayo 30 del 2019

**Penúltimo empleo:** Camarógrafo, Editor Guionista elaboración de productos Comunicacionales para el GAD de Latacunga en el departamento del GAFI, se terminó el proyecto tiempo laboral, Abril hasta Agosto del 2018

### **Antepenúltimo empleo:**

Camarógrafo, Editor Guionista, Community Manager, de Gremio de Artesanos del Cantón Mejía

Camarógrafo, Editor Guionista, Community Manager, de Gremio de Mecánicos del Cantón Mejía

### **Referencias laborales**

Nelson Quillupangui

DIRECTOR DEL PROGRAMA MANOS A LA OBRA Y PASO POR MEDIA

Cel. 0997107343

Elías Valdés

DIRECTOR DE VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD DE LA UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE COTOPAXI

Cel. 0997030055

## Anexo N° 2 – Fotografías- Encuestas aplicadas a los infantes







