

NIÑOS Y NIÑAS

frente a la televisión:

entretención y educación



Niños y niñas frente a la televisión: entretenimiento y educación

Sandra Carmona Escobar

Nubia Horta Burbano

Convenio interinstitucional:

Corporación universitaria minuto de Dios –

Universidad tecnológica de Pereira.

Facultad de ciencias de la educación

Bogotá 2017

Niños y niñas frente a la televisión: entretenimiento y educación

Sandra Carmona Escobar

Nubia Horta Burbano

Proyecto de grado para optar por el título de Magister en comunicación educativa

Director

Joimer Edgar Robayo Rodríguez

Convenio interinstitucional:

Corporación universitaria minuto de Dios –

Universidad tecnológica de Pereira.

Facultad de ciencias de la educación

Bogotá, 2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

FIRMA DE PRESIDENTE DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

DEDICATORIA A

Antes que todo a Dios

Por habernos permitido llegar hasta este punto, iluminando nuestro camino y revistiéndonos de amor y fuerza para culminar esta etapa de nuestra vida.

Sandra Carmona Escobar lo dedica a:

A mi madre Elia quien con su ejemplo me impulsa a luchar y nunca desfallecer.

A mi esposo por su ejemplo de perseverancia, lucha y constancia.

A mis hijos por su gran apoyo y comprensión.

A mi compañera Nubia que con su amistad y conocimientos me enseñó que todo puede ser posible. Y a todos aquellos que participaron de alguna forma en la elaboración de esta tesis.

¡Gracias!

Nubia Horta Burbano lo dedica a:

A mi esposo quien con su amor y cariño me impulsa a seguir creciendo en mi profesión.

A mis hijas que con su comprensión y apoyo, me ayudan a alcanzar cada una de mis metas.

A mi compañera Sandra por su complicidad, perseverancia y comprensión en esta lucha.

AGRADECIMIENTO

Nos gustaría que estos renglones sirvieran para expresar nuestro agradecimiento a todas aquellas personas que nos apoyaron desde el inicio de nuestro proceso de formación y han colaborado en la culminación del presente trabajo, en especial, muchas gracias a nuestro asesor **Joimer Edgar Robayo Rodríguez** por su dedicación, pero sobre todo por la motivación y el apoyo incondicional recibido durante todo el proceso.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	10
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
JUSTIFICACIÓN	14
CAPITULO 1. ESTADO DEL ARTE.....	17
1.1 INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA AUDIENCIA INFANTIL	17
1.2 VISIÓN O INTERPRETACIÓN POSITIVA/NEGATIVA ACERCA DE LA TELEVISIÓN INFANTIL	19
1.3 T.V INFANTIL-EDUCACIÓN Y SOCIEDAD	23
1.4 LEY DE INFANCIA Y ADOLESCENCIA EN RELACIÓN CON AUDIENCIAS INFANTILES	25
PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	29
CAPITULO 2. MARCO CONCEPTUAL	31
2.1 TELEVIDENCIAS	31
2.2 AUDIENCIAS INFANTILES.....	35
2.3 CONSUMO CULTURAL; TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN.	40
2.4 USOS DE LA TELEVISIÓN INFANTIL.....	42
CAPITULO 3. METODOLOGÍA.....	47
3.1 ENFOQUE METODOLÓGICO	48
3.2 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	49
3.3 ACTORES SOCIALES	50
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	51
3.5 TRABAJO DE CAMPO.....	62
3.6 SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN	63
CAPITULO 4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	67
4.1 DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS.....	67
4.2 ANÁLISIS CATEGORIAL DE RESULTADOS.....	107
CAPITULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	121
BIBLIOGRAFÍA.....	126

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. Hogares con tv	12
Gráfico 2: tv paga	13
Gráfico 3. Objetivos	15
Gráfico 4.Ley de infancia y adolescencia, art.47	26
Gráfico 5.Obligaciones.	27
Gráfico 6. Categorías	45
Gráfico 7 . observador del alumno	53
Gráfico 8. Sábana de notas	54
Gráfico 9.¿Te gusta ver tv?.....	68
Gráfico 10. ¿Ves tv todos los días?	69
Gráfico11.¿Cuál es tu programa infantil favorito?	69
Gráfico 12. ¿Cuántas horas ves tv?	70
Gráfico 13. ¿Te vas a dormir tarde por ver tv?.....	71
Gráfica 14. ¿Mientras realizas las tareas del colegio ves tv?	72
Gráfica 15. ¿Prefieres ver tv o hacer tareas?	72
Gráfica 16. ¿Algún adulto te acompaña a ver tv?.....	73
Gráfica 17. ¿Qué has aprendido de tu programa?	73
Gráfico 18. Diario de campo 1.	95
Gráfico 19. Diario de campo 2.	96
Gráfico 20. Diario de campo 3.	96
Gráfico 21. Diario de campo 4.	97
Gráfico 22. Conclusiones	125

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Formato diario de campo.....	52
Tabla 2. Formato grupo focal.....	55
Tabla 3. Formato entrevista experto.....	56
Tabla 4. Formato Encuesta aplicada niños y niñas.....	57
Tabla 5. Formato evaluación cualitativa a padres y madres de familia.....	59
Tabla 6. Formato evaluación padres y madres de familia.....	61
Tabla 8. Formato Sistematización de la información.....	63
Tabla 9. Formato Sistematización de la información de periódicos.....	64
Tabla 10. Formato cronograma.....	65
Tabla 11. Análisis cuestionario padres de familia participante 1.....	74
Tabla 12. Análisis cuestionario padres de familia participante 2.....	75
Tabla 13. Análisis cuestionario padres de familia participante 3.....	76
Tabla 14. Análisis cuestionario padres de familia participante 4.....	77
Tabla 15. Análisis cuestionario padres de familia participante 5.....	78
Tabla 16. Análisis cuestionario padres de familia participante 6.....	80
Tabla 17. Análisis cuestionario padres de familia participante 7.....	81
Tabla 18. Análisis cuestionario padres de familia participante 8.....	82
Tabla 19. Análisis cuestionario padres de familia participante 9.....	83
Tabla 20. Análisis cuestionario padres de familia participante 10.....	84
Tabla 21. Análisis cuestionario padres de familia participante 11.....	85
Tabla 22. Análisis cuestionario padres de familia participante 12.....	86
Tabla 23. Análisis entrevista a experto.....	88
Tabla 24. Análisis entrevista grupo focal.....	92
Tabla 25. Sistematización de la información de periódicos.....	98
Tabla 26. Sistematización de la información de periódicos.....	99
Tabla 27. Sistematización de la información de periódicos.....	100
Tabla 28. Sistematización de la información de periódicos.....	101
Tabla 29. Sistematización de la información de periódicos.....	102
Tabla 30. Sistematización de la información de periódicos.....	103
Tabla 31. Sistematización de la información de periódicos.....	104
Tabla 32. Sistematización de la información de periódicos.....	105
Tabla 33. Sistematización de la información de periódicos.....	106

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se ha desarrollado teniendo en cuenta que la televisión, puede ser una de las herramientas más significativas en la formación de los niños y niñas, debido al contacto e influencia que este medio tiene con la sociedad actual. Por esta razón se considera necesario realizar un acercamiento desde el campo de la comunicación educativa, permitiendo describir la manera en la cual la televisión entra a los hogares, centrándose en la recepción que realizan los niños de los programas infantiles.

Este trabajo estuvo enmarcado como una investigación que se estructura en cinco capítulos: El primero se construye a partir de investigaciones realizadas por diferentes autores que a través del tiempo se han destacado por su interés frente a los procesos de recepción de televisión en las audiencias infantiles. Se resaltan sus aportes más significativos construyendo una nueva mirada frente a la recepción e interpretación de los contenidos de la tv.

El Segundo capítulo aborda el problema de investigación planteado en su componente conceptual y se esbozan las categorías analíticas, empezando por el tema de las Televidencias para dar cuenta de las diferencias que se encuentran presentes en las poblaciones receptoras e intérpretes de la televisión, lo que nos dirige a plantear la segunda categoría; en términos de “audiencias infantiles”, desde una perspectiva del análisis de audiencias en América Latina. La tercera categoría, tiene que ver con el “consumo cultural”, en relación con la televisión y la educación, finalmente se cierra con la sustentación conceptual de la categoría “usos de la televisión infantil” acerca de los usuarios y practicantes de los procesos culturales, más que consumidores de la misma.

El tercer capítulo, plantea la metodología, la cual adopta un enfoque de tipo exploratorio crítico bajo la perspectiva cualitativa, entendiendo que se trata de un trabajo con una población infantil donde se exponen detalles muy puntuales, tales como el acceso a medios, prácticas culturales y usos televisivos. A su vez la investigación tiene un corte interpretativo y crítico, en aras de potencializar los relatos de los niños para así comprender su realidad.

El cuarto capítulo, se refiere a los resultados del proceso de investigación, determinados por la descripción de los resultados, basado en el trabajo de campo en el cual se aplican

diferentes instrumentos de investigación y se analizan las cuatro categorías que sustentan el marco conceptual.

El capítulo final es el producto del proceso investigativo desarrollado, teniendo en cuenta las interrogantes y objetivos de la investigación dejando varias recomendaciones que se consideran adecuadas para iniciar estudios futuros en esta temática.

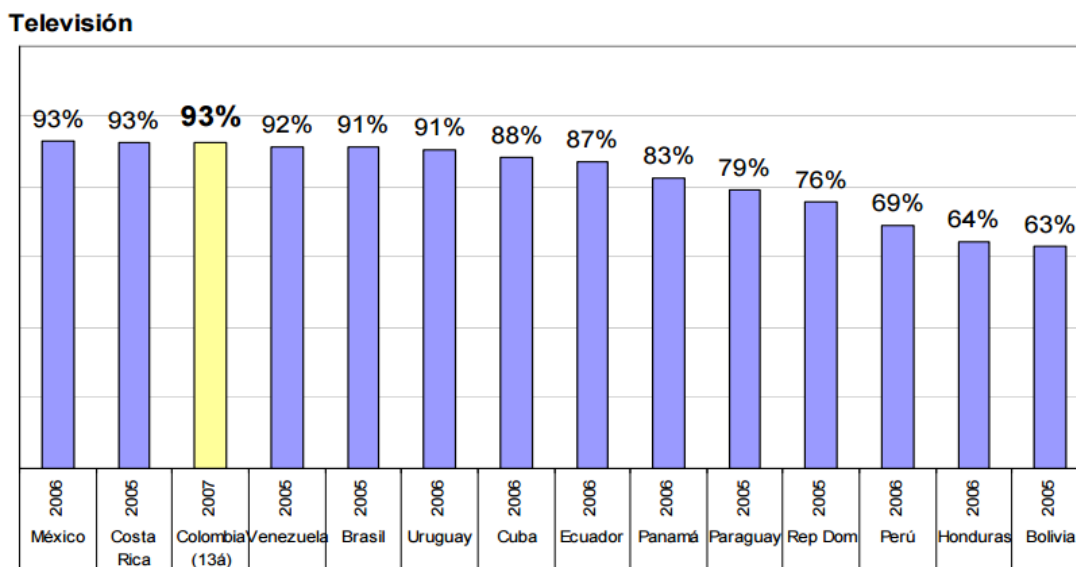
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En los últimos tiempos, la televisión se ha convertido en el medio de comunicación más relevante en el desarrollo de los nuevos comportamientos de las audiencias, especialmente en los niños que permanecen mucho tiempo en contacto con está, convirtiéndose en objetivo directo del crecimiento del mercado televisivo.

La televisión es uno de los medios de comunicación de más acogida e influencia en las familias actuales debido a su bajo costo y a su fácil acceso. Esto se refleja en la encuesta realizada por el DANE en el año 2006 demostrando que en Colombia el 93 %, de los hogares poseen televisión siendo al lado de México y Costa Rica los países latinoamericanos con el más alto índice .También se corrobora en encuesta realizada por L.A.M.A.C. desde el 2005 hasta el año 2016 donde se observa el aumento año tras año de la penetración que tiene la televisión en los hogares colombianos.

Gráfico 1. Hogares con tv¹

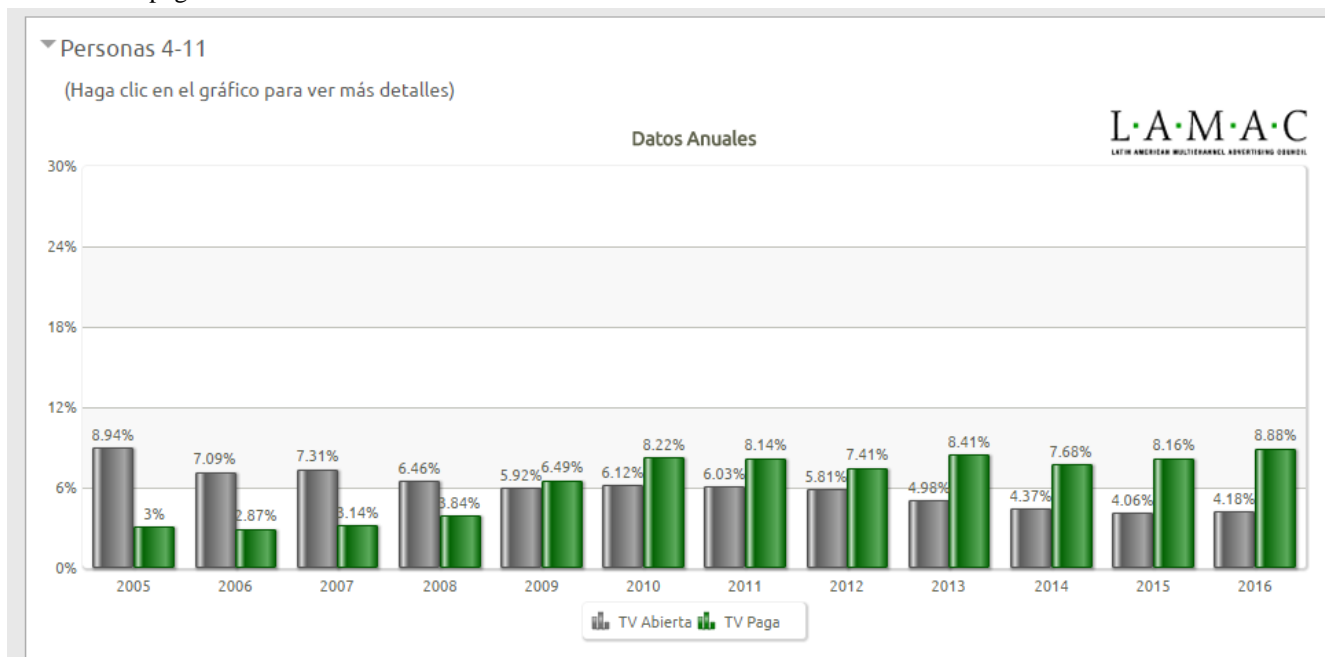
PORCENTAJE DE HOGARES CON TELEVISIÓN



¹ AMERICA LATINA: Fuente Cálculos de OSILAC basado en datos de encuestas de hogares de los países.

COLOMBIA: Fuente DANE – Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) Abril-Julio de 2007- total 13 áreas metropolitanas.

Grafico 2: tv paga2



Teniendo en cuenta las anteriores estadísticas la televisión es un medio masivo de entretenimiento de muchos hogares de diferentes partes del mundo. Hoy en día se ha convertido en el mejor aliado de las familias como compañía y entretención de sus hijos.

La presente investigación tiene como objetivo el estudio de la influencia de la televisión en niños de 8 y 9 años de edad, ya que en esta etapa se evidencian comportamientos repentinos dentro del aula, desviando el verdadero propósito que se plantea en las diferentes clases.

De estas conductas nace la iniciativa de esta investigación, por lo tanto se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo están recepcionando e interpretando los contenidos de la tv infantil un grupo de niños de edades entre los ocho y nueve años, ubicados en un plantel educativo de Bogotá?

²IBOPE Media, Colombia. Rating promedio mensual, trimestral o anual. Total día, lunes a domingo. Incluye Tv por suscripción y comunitaria, (La base incluye visitantes y other channels). Regiones medidas por IBOPE: Incluye Armenia, Barranquilla, Bello, Bogotá, Bucaramanga, Cali, Cartagena, Cúcuta, Dosquebradas, Envigado, Floridablanca, Girón, Itagüí, Manizales, Medellín, Palmira, Los Patios, Pereira, Santa Marta, Soacha, Soledad y Yumbo. Las cifras conjuntas de televisión cerrada corresponden a un porcentaje agregado de participación de audiencia de todos los canales de televisión cerrada.

JUSTIFICACIÓN

La televisión ocupa un lugar muy importante en el contexto de la sociedad actual, con especial atención en la niñez, debido al contacto entre estas audiencias y la gran proliferación de contenidos que circulan. Por esta razón se considera necesario hacer un estudio que, desde el campo de la comunicación educativa, permita describir la manera en que se utiliza este medio de comunicación, especialmente en la recepción de los programas infantiles.

Teniendo en cuenta que la televisión infantil, puede ser una de las herramientas más significativas en la formación de los niños y niñas de ocho y nueve que demuestran interés por algunos programas infantiles e influyen en sus diferentes actitudes, se debe reflexionar frente a su utilidad e interpretación.

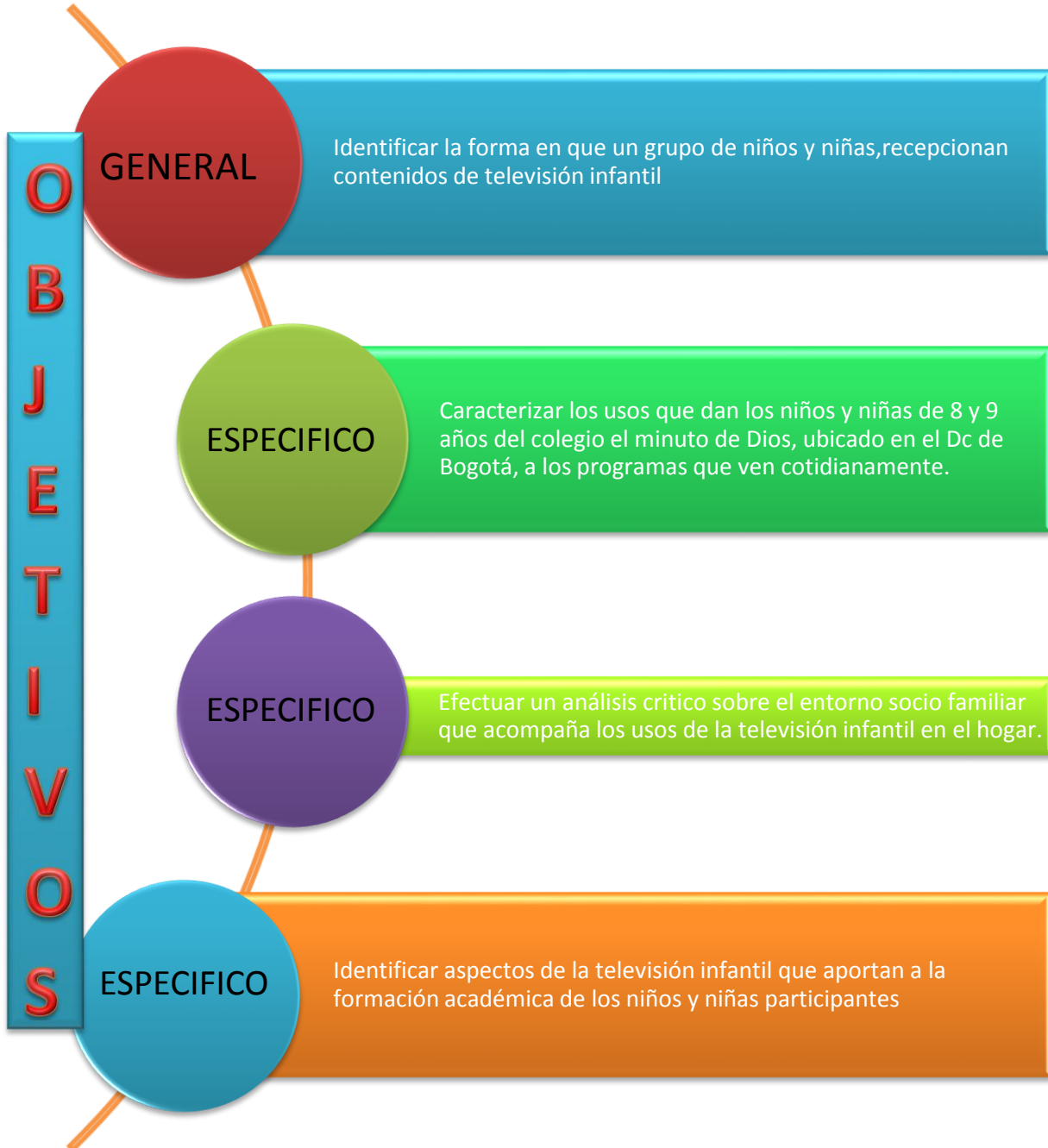
Ante la escasez de estudios sobre audiencias infantiles y especialmente en la relación entretenimiento/educación, surge la presente investigación que propone verificar como los niños y niñas de ocho y nueve años están interpretando los contenidos de la televisión infantil, lo cual permite avanzar en la relación entre contenidos producidos y las audiencias que se están formando.

En el campo (Bourdieu, 2012) de la comunicación educativa, la presente investigación pretende aportar una identificación de la forma en que niños y niñas reciben y usan contenidos de la televisión infantil. Lo anterior se realiza con base en la caracterización de los contenidos, el análisis del entorno socio familiar y aspectos clave de la televisión infantil que aportan a la formación académica de los niños y niñas.

Esta investigación, como proceso formativo, aporta a las investigadoras elementos clave para la identificación y el abordaje de problemáticas relacionadas con la comunicación, la convivencia y la regulación de los procesos formativos de niños y niñas dentro y fuera del aula.

Caracterizar los usos que dan los niños y niñas de 8 y 9 años del colegio El Minuto de Dios, ubicados en el D.C de Bogotá, a los programas que ven cotidianamente.

Gráfico 3. Objetivos





CAPITULO I

CAPITULO 1. ESTADO DEL ARTE

1.1 Influencia de la televisión en la audiencia infantil

El presente capítulo se construye a partir de importantes investigaciones de algunos autores que se han destacado por su interés y preocupación frente a los procesos de recepción de la televisión en las audiencias infantiles. Se destacan sus aportes más significativos frente a esta problemática que se aborda a lo largo de este proyecto. De esta manera se relaciona y se construye una nueva mirada frente a la recepción e interpretación de los contenidos de la tv infantil en un grupo de niños de edades entre los ocho y nueve años, ubicados en un plantel educativo de Bogotá.

La televisión, es un medio que día a día se hace más influyente en las sociedades contemporáneas, adquiriendo una mayor importancia en los hogares colombianos. Según Sedeño (2005); los hábitos y emociones de los niños están relacionados con la cantidad de tiempo que le dedican a ver televisión y la importancia que le dan a este medio, colocándolo como prioridad ante otras actividades, de esta manera la televisión, se convierte en el medio que les proporciona la información de primera mano desde muy pequeños. Allí se manejan o circulan diferentes tipos de lenguajes que influyen de manera emocional en las niñas y niños debido a la abundancia de los espacios de ficción; los espectadores tienen cierta preferencia a tomar como ficción lo que ven en pequeña pantalla y a proyectar en la realidad y la ficción idénticos tintes emocionales.

Teniendo en cuenta lo anterior Fuenzalida (2012), con su propuesta sobre los procesos de la audiencia ante la televisión, nos dice que los procesos y actividades que realiza la audiencia televisiva ante las emisiones son variados y complejos. Tales procesos suponen una relación de interacción entre el televidente- receptor (situado en un espacio-tiempo biológico-social-cultural) y ese complejo llamado TV (programas, géneros, lenguaje, empresa medial). En el caso de los niños, nos dice que ellos juegan, se mueven e interactúan mientras ven televisión, no son niños estáticos que solo reciben información. Es decir, aparece una situación de recepción que integra la recepción televisiva con el espacio-tiempo propio de la cotidianidad de la vida familiar

(Fuenzalida, 2006), situación diferente de la recepción de otros consumos culturales en donde se abandona la cotidianidad del hogar para ingresar en otro contexto de recepción.

Por lo tanto el televidente interactúa desde su memoria cultural y afectiva; y ahora, desde este nuevo dispositivo operativo tecnológico. De la misma manera Sedeño (2005), había considerado que la televisión es un vínculo que une a la niñez, una experiencia compartida en un mundo repleto de diferencias, peligros y retos que moldearán la vida de los niños a través de nuevas experiencias, a medida que crece el potencial que la hace posible.

La mayoría de los estudios sociológicos reconocen que la televisión es en la actualidad el tercer factor principal de socialización, al lado de los dos tradicionales, la familia y la escuela y en los países occidentales, muy por encima de la iglesia. El niño ve televisión porque le es impuesta por el medio y es a partir de los cuatro o los cinco años de edad que se establecen los hábitos permanentes y las características emocionales, jugando un papel decisivo en la imitación y la identificación, Sedeño (2005).

Según Flores y Pestano (2012), la influencia de la televisión en el comportamiento de niños entre ocho y nueve años está predeterminado especialmente por el pensamiento asociativo e intuitivo; es decir, que éste medio trabaja con el subconsciente, logrando así que la capacidad reflexiva y el pensamiento racional disminuyan en su productividad, por lo que el espectador cede, en parte, el control de dichas facultades en manos de quienes manejan los medios audiovisuales. También se ha evidenciado que el comportamiento que adquiere el niño mientras ve televisión es de pasividad (hipnotizado) para posteriormente mostrar una hiperactividad que guarda relación con el vocabulario y las acciones que genera.

Estos autores corroboran que efectivamente los padres y representantes están conscientes que la televisión afecta a largo plazo el comportamiento de sus hijos; evidenciándose en la pérdida de atención escolar, aumento de la hiperactividad, incremento de los conflictos sociales escolares y familiares, abstracciones y condicionamiento de la realidad.

Esta investigación, realizada por Sedeño, puede aportar significativamente a nuestro trabajo porque tiene identificados ciertos puntos que pueden afectar a los niños, respecto al contenido de los programas, lo que producen en los niños y de la conciencia de los padres sobre la necesidad de atender estrictamente lo que ven sus hijos y de la misma manera orientarlos.

Finalmente Sandoval (2006) comenta que los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias infantiles y juveniles debe ser un tema de estudio urgente, en el desarrollo de competencias básicas en la escuela que aún no se proporciona. Se está ante un cambio perceptivo que es histórico, pero que deberá venir acompañado de una actitud y comprensión diferente por parte de quienes se ocupan de la educación. Si se quiere que los alumnos sigan asistiendo a la educación formal y sea para ellos interesante, llamativa, ante lo cual se debe salir del esquema de la institución cerrada sobre sí misma y apoyada sólo en textos y en la palabra del maestro.

Teniendo en cuenta lo anterior, el reto fundamental que tienen los docentes en este nuevo escenario es desarrollar nuevas competencias profesionales que les ayuden a utilizar la nueva tecnología como herramienta valiosa que apoye efectivamente el proceso enseñanza-aprendizaje.

1.2 Visión o interpretación positiva/negativa acerca de la televisión infantil

Según Fuenzalida (1985), lo positivo en la recepción activa de la televisión es que tiene potencialidades en los niños, como gran capacidad de estimular la imaginación, la fantasía; de proporcionarle al niño una gran cantidad de estímulos que no le da el hogar o el colegio; especialmente en los niños que proceden de hogares más pobres o rurales, quienes por lo regular no tienen todo el estímulo que poseen los niños con más posibilidades económicas, o aquellos que viven en ambientes urbanos, lo que nos muestra que la televisión tiene un enorme potencial que puede permitir enriquecer la vida en su componente sociocultural, las percepciones y la capacidad de fantasía.

El autor comenta que el proceso de la recepción de la televisión, está muy influida por los grupos sociales, por las edades y por las características socio - culturales de los receptores. Por ejemplo, hay fenómenos tan elementales como el siguiente: en los sectores populares de Chile, el televisor está generalmente en un lugar común, que es el comedor, donde la gente vive y se alimenta. Ahí ocupa un lugar muy destacado en cuanto al sentido del espacio, la confluencia de los miembros de la familia, los tiempos que regulan los quehaceres de los sujetos y por lo tanto, la recepción de la televisión es una actividad colectiva, una acción familiar. Incluso hay que ponerse de acuerdo sobre qué programa se va a ver; en cambio, en los sectores con mayor

apropiación de recursos económicos, educativos y culturales, el televisor se va transformando en un aparato privado y deja de estar en los espacios colectivos de la familia y más bien está en el dormitorio o en lugares de menos confluencia, más individuales. Si la familia tiene más recursos, hay prácticamente un televisor en cada dormitorio. Entonces, en el primer caso, la recepción de la televisión es colectiva, mientras que en el segundo caso la recepción es individual y estos factores hacen que la manera como la gente perciba la televisión sea distinta.

Por otro lado Sandoval (2006), nos dice que la televisión afecta el comportamiento de las audiencias de jóvenes en su entorno cultural; es decir la comprensión e interpretación que ellos dan a los medios masivos de comunicación influye en la consolidación de prácticas sociales. Por lo tanto, menciona el investigador, es urgente el desarrollo de competencias básicas en la escuela frente a la televisión, ya que se está ante un cambio perceptivo de los niños y jóvenes frente a los contenidos que es histórico, pero que deberá venir acompañado de una actitud y comprensión diferente por parte de quienes se ocupan de la educación.

Cohen (1998), presenta una estadística sobre el tiempo que duran los niños, frente al televisor, desde los años setenta hasta hoy y nos damos cuenta que en edad preescolar, comenzando desde los dos años, miran alrededor de tres mil horas de televisión antes de ingresar al primer grado del ciclo básico. Durante el período de enseñanza primaria y secundaria, los estudiantes acumulan alrededor de diez mil horas de asistencia a clase, mientras que en el mismo tiempo gastan un promedio de quince mil horas frente a un aparato de televisión. Es decir que dedican más tiempo a ver televisión.

Un hecho importante descubierto en las investigaciones de la violencia en la televisión es el fenómeno del aprendizaje observacional, resultado de diversos comportamientos de agresividad. De la misma manera lo concluye uno de los análisis más completos sobre televisión comercial en Estados Unidos, realizado por un equipo de expertos que dirigió G. Gerbner ('Violence in television drama'), demostró que el ochenta por ciento de los programas emitidos contenían al menos un incidente violento y que los programas de dibujos animados tenían la más alta frecuencia de actos violentos.

Los efectos que produce la recepción pasiva, no crítica, de programas de televisión sobre los niños, se puede analizar objetivamente a través de las reacciones que ellos mismos experimentan. Mediante diversos estudios se ha podido comprobar la existencia de reacciones

específicas cuando los niños son expuestos a programas con escenas predominantemente violentas. En estos casos los efectos pueden agruparse básicamente en siete categorías: imitación, liberación, estereotipo, refuerzo, miedo, acostumbamiento e identificación, Cohen (1998).

Teniendo en cuenta los efectos que tiene la televisión en los niños, Sandoval (2006), comenta que si se quiere que los alumnos sigan asistiendo a la educación formal y sea para ello interesante y llamativa se debe salir del esquema de la institución cerrada sobre sí misma y apoyada sólo en textos y en la palabra del maestro. Es decir que los docentes deben implementar estrategias educativas donde la televisión como escenario, promueva el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Según establece Iriarte (1999), el desarrollo de actitudes receptivas y activas ante la televisión es uno de los objetivos básicos que se plantean a nivel universal todos los sistemas educativos que pretenden fomentar la educación de ciudadanos que sepan responder de forma autónoma a los retos de la sociedad actual. El autor comenta que la lectura crítica es una asignatura que se aprende y que, por lo tanto, debe ser enseñada por aquéllos que son responsables de la función educativa y de la misma manera se debe empezar por algo muy elemental: el lograr que los niños lleguen a diferenciar, en la televisión, la ficción de la realidad.

Un niño/a mira, por lo regular, la televisión totalmente embelesado; la fascinación de la imagen cromática le impide distinguir entre fantasía y realidad, lo cual no es obstáculo para que aprenda, pero sí puede representar una dificultad para que desarrolle un pensamiento personal autónomo. No le impide acumular conocimientos, llega a captar y a retener en su memoria una variada gama de datos, imágenes, sensaciones, escenas, ritmos musicales, anuncios propagandísticos y aprende, aún sin decisión explícita de aprender y sin tener plena conciencia de haber aprendido (Fuenzalida, 2010).

El mundo de la televisión es para la mayoría de los niños, un escape desde la monótona y, en palabras suyas “aburrida cotidianidad”, para enfocarse hacia esos espacios, llenos de fantasía, que les presentan los programas. La televisión no les invita a pensar, sino a soñar y soñar, por lo tanto siempre es gratificante; para soñar no hace falta hacer ningún esfuerzo. Pero, lamentablemente, la televisión, cuando no es regulada por el ambiente socio-familiar, puede ser un gran obstáculo para el desarrollo normal de su autoformación, de su autoestima y para la afirmación y el crecimiento en su identidad personal y cultural.

Finalmente Iriarte (1999), concluye que la televisión influye en la formación de los niños, así no se lo propongan están transmitiendo cierta educación a los más pequeños como audiencias múltiples mediadas que cada vez más, se interesan por la televisión. De la misma manera comparte el pensar de Sandoval (2006), frente al valor que se le debe dar a la televisión, ya que lo audiovisual a diferencia del texto escrito “se conecta más rápidamente con el corazón”, por el simple hecho de desarrollar los sentidos de la vista y el oído (Guillermo Orozco 2001). Por lo tanto, la televisión incide directamente con lo emocional lo cual conduce al uso explícito de la razón y abre campo a un mejor entendimiento educativo. A pesar de que la educación le teme a vincularse con lo mediático, en este caso la televisión es una estrategia educomunicativa, innovadora, motivadora y divertida al momento de abordar cualquier tema pedagógico, donde se puede aprender conscientemente.

En el 2013 se realizó un estudio académico en argentina, vinculado a la investigación sobre esta temática, relacionándola con la influencia actual de la televisión en los niños menores de 10 años. Los autores Florencia Méndez, Paula Silva, Mariana Vilanova y Juan Martin se inclinaron por el tema, ya que se evidenciaba la presencia explícita y constante de violencia en los niños que ven con frecuencia y en alto número de horas al día la televisión, afectando sus valores y conductas sociales. Según los autores, se determinó que la televisión, siendo un medio de comunicación masivo, se ha convertido en un miembro más de la familia, e incide en las actitudes y comportamientos de sus consumidores y que la publicidad contribuye a la creación de estereotipos sociales, culturales, e incluso raciales.

Finalmente, los autores concluyen que los niños son excelentes imitadores y aprenden rápido, pero no son selectivos a la hora de imitar. Por esta razón, es lógico que imiten tanto las actitudes favorables o normativas, como las violentas e inadecuadas que ven en los programas; por esta razón, los niños que ven televisión por muchas horas, se diferencian de los que no lo hacen, por su agresividad, su pesimismo, su poca imaginación y empatía, una de las causas de este efecto es el escaso diálogo entre padres e hijos sobre el contenido de los programas televisivos que ven. Hay programas que contribuyen al desarrollo de los niños, y otros que contrariamente, los vuelven agresivos. Esta discriminación debe estar a cargo de sus padres o responsables.

Cabe mencionar que en estas investigaciones no se está afirmando que la televisión construye la violencia, la agresividad o la ausencia de valores, sino que las poblaciones analizadas presentan estas dos características, la alta tasa de tiempo empleado en el ver televisión y conductas o actitudes poco favorables para el aprendizaje formal o la convivencia cotidiana.

1.3 T.V Infantil-educación y sociedad

Sánchez y Sandoval (2012), realizaron un estudio con niños, donde muestran que a mayor conocimiento del mundo de la producción y transmisión de mensajes audiovisuales, mayor capacidad adquieren para formarse un criterio propio ante la pantalla. Por lo anterior, es importante, reconocer las experiencias de educación mediáticas donde podemos determinar en los niños entre ocho y 12 años, métodos para reconocer los niveles de lectura crítica audiovisual y Lectura crítica de dibujos animados, elementos que impulsan de una manera vertiginosa nuestra investigación.

De la misma manera Fuenzalida (2011), comparte el pensamiento de resignificar la educación televisiva: desde la escuela a la vida cotidiana. Indica sobre la necesidad de realizar programas televisivos de recepción masiva, en diversos géneros de «entretenimiento» y con temáticas alusivas a los problemas y necesidades de la vida cotidiana de las audiencias, en cuanto a la televisión infantil llegar a los niños de una manera lúdica, ayudándolos a explorar su afectividad, y a fortalecer su autoestima, de tal manera que los contenidos de los programas, los niños los vean diferentes a la escolarización curricular, brindándoles un lenguaje audiovisual lúdico-afectivo.

Por su parte, Castillo (2006), habla sobre los medios masivos de comunicación y su influencia en la educación, allí indica que Los medios inciden más que nunca en la enseñanza de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades e incluso influyen en la manera como el individuo se relaciona consigo mismo, con sus semejantes y con el mundo. Comenta que los medios ofrecen a los niños una educación informal que en ocasiones consideran más llamativa e interesante que la obtenida en la escuela.

Teniendo en cuenta la relación e interacción que existe entre la televisión, los niños y la educación; Orozco (2001), realiza una deconstrucción pedagógica de las 'Televidencias' y sus

mediaciones, partiendo de la audiencia y estudiando los procesos por lo que pasan los televidentes o mejor llamados por Orozco «Televidecias», lo cual analiza detalladamente las múltiples mediaciones, donde el principal objeto son los televidentes y las diversas dimensiones televisivas involucradas, a su vez se refiere a las diferentes dimensiones de los sujetos sociales como audiencias múltiples de los medios y todos los procesos que se van produciendo con el simple ejercicio de ver. Por ejemplo en el ámbito del lenguaje, se realiza un intercambio entre los códigos propios de lo televisivo y los de las audiencias, los niños.

Por otro lado la creación audiovisual está proponiendo un paradigma de conocimiento distinto al del libro, al del lenguaje oral y al del lenguaje digital; se debe aprender cómo conocer, disfrutar y entender a través de imágenes. Para esto es importante empezar desde la escuela, tratando de incidir en el hogar, dando a los niños herramientas para que puedan tratar de ver la televisión de otra manera, y para ello es importante repensar al maestro, ya que tiene la formación adecuada para poder manejar este tipo de elementos.

Si desde la escuela se replantea el uso de la televisión de manera pedagógica, esto influirá en la recepción de este medio al momento que los niños se encuentren frente al televisor, por ejemplo:

Lingüística televisiva: El lenguaje y las gramáticas de la televisión. Es un lenguaje compuesto audio-visual y además un tercer lenguaje (música, oral, escrito).

Mediacidad televisiva: Todo lo producido por la televisión, es intencionado desde los programas hasta los cortes, los segmentos, los diálogos, los horarios hasta los tiempos de ocio, los roba la televisión. (Orozco G. Televisión, Audiencias y Educación, 2001).

En educación se habla mucho sobre la importancia de utilizar de igual manera el ordenador y la televisión, pero sin modificar nada en esencia. Las aulas y las instituciones siguen sin tener cambios, no se modifica el método pedagógico, por esta razón, Orozco considera que se hace un uso equivocado de la televisión, ya que no le conceden la importancia necesaria al lenguaje de la imagen.

Como se puede evidenciar, el autor realiza una deconstrucción crítica y propositiva de lo televisivo, teniendo en cuenta la relación que existe entre la televisión y la educación. Finalmente, Orozco comenta que

“A cincuenta años de su inserción social, la televisión sigue siendo en el siglo XXI el fenómeno técnico-mediático-cultural más importante para las mayorías que habitan los países latinoamericanos. Odiada por unos, temida por muchos, admirada por otros, criticada por algunos pero disfrutada por casi todos, la televisión ha devenido en uno de los fenómenos más complejos, espectaculares y desafiantes de todos los tiempos. Instaurada no solo como el súper medio con mayor popularidad y penetración, su presencia versátil, incisiva, seductora, creciente y amplificada constituye, a la vez que uno de los más sofisticados dispositivos de moldeamiento y reconversión de las sensibilidades y un “paradigma comunicacional”, todo un sistema audiovisual, educativo y cultural, que incide diferencialmente en los usos del tiempo y los espacios de millones de latinoamericanos”.

1.4 Ley de infancia y adolescencia en relación con audiencias infantiles

Según la ley de infancia y adolescencia, los niños han sido una preocupación constante en la sociedad colombiana y a través de los tiempos se han creado diferentes mecanismos que velen por su protección. En la actualidad se crean leyes que quieren prevenir que los menores de 18 años, lleguen a encontrarse en situaciones que afecten su dignidad, la normativa vigente se enfoca en la protección integral de esta población, haciendo responsable a la familia, a la sociedad y al Estado.

Debido a todas estas necesidades de protección al menor a lo largo de la historia colombiana se han creado diferentes mecanismos. Se nombraran algunos de los tantos creados por el gobierno: como la creación del ICBF mediante la Ley 75 de 1968, diseño e implementación del Programa de Hogares Comunitarios de Bienestar, la constitución Política de 1991, en su Artículo 67, establece que "la educación será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y comprenderá como mínimo un año de preescolar" y así muchos mecanismo, hasta promulgar la Ley 1098 de 2006; una norma que condiciona el contacto de los medios de comunicación con los niños y es La ley de infancia y adolescencia conformada por 232 artículos, fue aprobada el 29 de agosto de 2006 y sancionado por el Presidente de la República el 8 de noviembre de 2006 con el número 1098. Siendo un organismo de control que tiene como fin proteger entre otras cosas, el consumo televisivo de los niños.

A continuación se tomaran algunos artículos relacionados directamente con las obligaciones y exigencias que tienen los medios de comunicación para operar cuando de niños y adolescentes se trate. La ley de Infancia y adolescencia es un manual jurídico que permite tener

herramientas para poder proteger niños, niñas y adolescentes permitiéndoles un buen desarrollo en el marco del respeto, amor y justicia garantizándoles un ambiente sano.

Gráfico 4. Ley de infancia y adolescencia, art.47

FINALIDAD.
Este código tiene por finalidad garantizar a los niños, a las niñas y a los adolescentes su pleno y armonioso desarrollo para que crezcan en el seno de la familia y de la comunidad, en un ambiente de felicidad, amor y comprensión. Prevalecerá el reconocimiento a la igualdad y la dignidad humana, sin discriminación alguna.

- 
- el Artículo 47. Responsabilidades especiales de los medios de comunicación. Los medios de comunicación, en el ejercicio de su autonomía y demás derechos, deberán:
- 
1. Promover, mediante la difusión de información, los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes, así como su bienestar social y su salud física y mental.
- 
2. El respeto por la libertad de expresión y el derecho a la información de los niños, las niñas y los adolescentes.
- 
3. Adoptar políticas para la difusión de información sobre niños, niñas y adolescentes en las cuales se tenga presente el carácter prevalente de sus derechos.
- 
4. Promover la divulgación de información que permita la localización de los padres o personas responsables de niños, niñas o adolescentes cuando por cualquier causa se encuentren separados de ellos, se hayan extraviado o sean solicitados por las autoridades competentes.
- 
5. Abstenerse de transmitir mensajes discriminatorios contra la infancia y la adolescencia.
- 
6. Abstenerse de realizar transmisiones o publicaciones que atenten contra la integridad moral, psíquica o física de los menores, que inciten a la violencia, que hagan apología de hechos delictivos o contravenciones, o que contengan descripciones morbosas o pornográficas.
- 
7. Abstenerse de transmitir por televisión publicidad de cigarrillos y alcohol en horarios catalogados como franja infantil por el organismo competente.
- 
8. Abstenerse de entrevistar, dar el nombre, divulgar datos que identifiquen o que puedan conducir a la identificación de niños, niñas y adolescentes que hayan sido víctimas, autores o testigos de hechos delictivos, salvo cuando sea necesario instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

Gráfico 5.Obligaciones.



Obligación de la Comisión Nacional de Televisión



la comisión nacional de televisión o quien haga sus veces garantizará el interés superior de la niñez y la familia, la preservación y ampliación de las franjas infantiles y juveniles y el contenido pedagógico de dichas franjas, que asegure la difusión y conocimiento de los derechos y libertades de los niños ,las niñas y los adolescentes consagradas en la presente ley



La Comisión Nacional de Televisión garantizará que en la difusión de programas y materiales emitidos en la franja infantil no se presentarán escenas o mensajes violentos o que hagan apología a la violencia.

Parágrafo. Los medios de comunicación serán responsables por la violación de las disposiciones previstas en este artículo. El Instituto Colombiano de Bienestar Familiar podrá hacerse parte en los procesos que por tales violaciones se adelanten contra los medios.

Obligación de la comisión nacional de televisión

Según la ley, La Comisión Nacional de Televisión o quien haga sus veces garantizará el interés superior de la niñez y la familia, la preservación y ampliación de las franjas infantiles y juveniles y el contenido pedagógico de dichas franjas que asegure la difusión y conocimiento de los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes consagradas en la presente ley. Así mismo, la Comisión Nacional de Televisión garantizará que en la difusión de programas y materiales emitidos en la franja infantil no se presentarán escenas o mensajes violentos o que hagan apología a la violencia. Desde que fue aprobado el Acto legislativo 02 de 2011, que acabó con la CNTV, rápidamente se tramitó en el Congreso el reemplazo: la Autoridad Nacional de Televisión, reglamentada a través de la Ley 1507 del 10 de enero de 2012.

Todas estas leyes benefician la protección integral de todas las niñas y niños colombianos. De ser así, se deberían evitar los cambios o ajustes en las leyes y de otra manera darle la relevancia a las que ya existen, exigiendo a las instituciones el cumplimiento y respeto a cabalidad de todo lo escrito en el código.

La existencia de este marco legislativo, especializado en la protección a la infancia del maltrato televisivo es muy importante, pero no solo su implementación es suficiente, es necesaria su aplicación para así lograr un entorno de protección. Es necesario que el adulto responsable de cualquier niño, cuente con el conocimiento y la habilidad suficiente para realizar un acompañamiento acorde con su edad y de la misma manera detectar aquellos programas que influyen negativamente en los niños.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo están recepcionando e interpretando los contenidos de la tv infantil un grupo de niños de edades entre los ocho y nueve años, ubicados en un plantel educativo de Bogotá?

CAPÍTULO 2



CAPITULO 2. MARCO CONCEPTUAL

El presente capítulo aborda el problema de investigación planteado en su componente conceptual; con el mismo se pretende esbozar las categorías analíticas que lo acompaña, empezando por el tema de las televidencias en el que se emplean los conceptos de Valerio Fuenzalida, para dar cuenta de las diferencias que se encuentran presentes en las poblaciones receptoras e intérpretes de la televisión, lo que lleva en seguida en el capítulo a plantear la segunda categoría, la televisión infantil en términos de “audiencias infantiles”, según Guillermo Orozco, desde una perspectiva del análisis de audiencias en América Latina.

La tercera categoría, con la cual se da cuenta del problema de investigación tiene que ver con el “consumo cultural”, desde lo planteado por Guillermo Zunkel en la relación televisión y educación, lo cual pone en juego el escenario de formación en la Maestría en comunicación Educativa. En el análisis del espacio comunicativo y su incidencia en un mundo cada vez más mediado y globalizado, se ha empleado parte de los planteamientos de Manuel Castells, en su trabajo “Comunicación y poder”, por tratarse de un aporte conceptual que permite problematizar, en este punto, nuestro objeto de investigación

Finalmente se cierra con la sustentación conceptual de la categoría “usos de la televisión infantil”, basándonos; en primer lugar, en el trabajo realizado por Michel DeCerteau (2000), acerca de los usuarios y practicantes de los procesos culturales, más que consumidores de la misma; de esta manera se empata la descripción conceptual con lo planteado por Michel Foucault, acerca de los procesos constitutivos del sujeto a partir de las instituciones de vigilancia lo cual expresa claramente la perspectiva de la problemática de investigación planteada.

2.1 Televidencias

Es importante entender el contexto social en el cual emerge la cultura de consumo, la cual está permeada por un sistema político y económico que ha primado ante los procesos sociales y

la construcción de un sujeto, particularmente los medios de comunicación de masas (MCM) o “mass media” han incidido socialmente en cuanto a ideologías, inclinaciones, comportamientos y gustos, criterio que ha moldeado culturalmente a las personas a desear lo “ideal”.

En este sentido, la televisión se ha vuelto una demanda constante más allá de lo que significa masivamente la implantación de estrategias de marketing y ventas, argumento que da paso al moldeo de imaginarios sociales y patrones culturales, lo cual constituye la principal característica de este medio es la difusión de información a través de la imagen, aspecto que impone algunos cánones normativos a seguir por parte de la audiencia, forjando en ellos una interiorización informativa que, más allá de recibirla, es actuada y ejercida socialmente. Dicha información hace referencia a un conocimiento superficial quebrantando la mirada crítica y reflexiva que todo ser humano posee innatamente, por lo tanto, la realidad se naturaliza y la educación pasa a un segundo plano.

En este orden de ideas, todo este proceso no es dependiente exclusivamente de los informadores, éstos se encargan de transmitir contenidos y buscar causar impacto; realmente todo es abarcado desde los intereses políticos y económicos que tienen los sectores principalmente privados, quienes dictan los lineamientos para producir la información, exagerándola y haciéndola sensacional y espectacular, sin transferir lo que “realmente es”, por lo tanto la realidad se construye, produciendo una imagen construida, que desde una perspectiva netamente crítica puede aparecer como tergiversada de dicha realidad donde se termina legitimando.

Para Baudrillard (1978), es una hiperrealidad, refiriéndola a la representación imaginaria de la sociedad, haciendo una distinción entre lo real y lo imaginario; para este autor, lo hiperreal no es lo no real sino lo que es más real que lo real, es decir, la realidad en la que se está sumergido contiene una simulación artificial exagerada, teniendo como consecuencia en las relaciones sociales, la creación de dispositivos ficticios.

“Pasando a un espacio cuya curvatura ya no es la de lo real, ni la de la verdad; la era de la simulación se abre, pues, con la liquidación de todos los referentes —peor aún: con su resurrección artificial en los sistemas de signos, material más dúctil que el sentido, en tanto que se ofrece a todos los sistemas de equivalencias, a todas las oposiciones binarias, a toda el álgebra

combinatoria. No se trata ya de imitación ni de reiteración, incluso ni de parodia, sino de una suplantación de lo real por los signos de lo real” Baudrillard (1978; p.7.)

Esta realidad comunicativa con simulaciones artificiales, es donde el mundo globalizado en el que estamos inmersos, acepta y atribuye a la creación de una ‘realidad materializada’ como lo indican Berger y Luckman (1987), siendo ésta un proceso de acumulación de información mediante el cual, las personas inmersas y representadas por un sistema lingüístico y cultural de tipo simbólico, le dan un sustento intersubjetivo: sujeto-sujeto.

En efecto, aspectos muy presentes en la interacción comunicativa contemporánea como la violencia simbólica, se conoce y se produce a través de esquemas de percepción, apreciación y de acción que permean una a una las prácticas de los sujetos, y estas se ven continuadas a través de los medios de comunicación de masas, desde donde se mueven la mayor parte de las relaciones estimadas en la sociedad y donde se determinan hábitos que vienen siendo controles de voluntad para las decisiones de cada individuo inmerso en tales escenarios de comunicación y aprendizaje.

Además, el televidente, aun con los procesos de influencia dados por el marketing televisivo, decide que consumir “El televidente se expone al medio y ve aquel programa televisivo que le gratifica y motiva en su consumo privado” (Fuenzalida, 2002) es decir que la televisión como un medio de consumo está presto a estándares y gustos que moldean y exigen los conglomerados sociales denominados “las audiencias”. Luego, lo popular es masificante, por tanto hay que analizar detrás del discurso como el factor de comunicación esta permeado por una cultura que incita a tener y proveerse de modos de vida asociados al modelo imperante, retomando a Althusser los medios son vistos por una parte como aparatos ideológicos del Estado; pero más allá de ello, del sistema. La otra visión es la forma en que los MCM aportan a las audiencias aspectos formativos, ideológicos y culturales, más allá de su propósito inicial, sin control exclusivo de tales procesos y en consonancia con las tendencias de los grupos sociales.

Consecuentemente con lo planteado, según Fuenzalida (2002) se puede identificar el deber ser del sujeto en tanto, se internalizan ciertas normas y procesos alrededor de lo que se debe “ver en televisión” aunque lo anterior se convierte en contradicción cuando en las grandes cadenas de medios se esboza publicidad y propaganda de cuestiones que no son aptas ni acordes al imaginario y concepciones de los sujetos demandantes; aunque indistintamente los discursos

alrededor de la cultura popular son escatimados y contruidos respecto al consumo y directrices de las grandes empresas y monopolios de la industria televisiva. Por otra parte, es evidente el choque cultural entre los académicos y la cultura “popular” o el folclorismo en términos de lo que se consume; es decir algunos son reacios a adquirir des controlablemente un tipo de “mercancía” más allá de lo impuesto, lo cual entra en confrontación con el entramado socio-cultural impuesto.

Epistemológicamente el estudio de las audiencias se sustenta, de manera muy primaria e inicial en la comunicación fallida en el marco de la ruptura planteada en los años 50 y 60 del siglo XX, entre emisor y receptor y la emergencia de la televisión/radio y fuentes audibles y visuales que permitían interactuar “pasivamente” con contenidos mediático. Luego, en los años 80 y 90 encontramos otras formas de comprensión del problema que se centraron en el trabajo de la Psicología, inicialmente en la percepción y posteriormente la lingüística desde el papel narrativo, donde se empezó a concebir el sujeto activamente, toda vez que la recepción se ha sustentado de forma más creativa, haciendo énfasis en aspectos sociales y culturales que determinan la producción y consumo de contenidos televisivos.

Por otra parte, también la neurología de percepción ha cumplido el papel de la explicación médica con detalle y precisión acerca de lo que ocurre en el cuerpo cuando se consume medios audiovisuales, más allá de las sensaciones, se sustenta en la creación de patrones socio-culturales que se interiorizan en los sujetos por medio de la reiteración y la movilización de ideas; que constituye un proceso psico-cultural de información a nivel instintivo (Fuenzalida, 2002).

La inclusión del receptor pude leerse desde Gramsci en el marco de tres tipos de formas dominantes; donde el receptor acepta sustantivamente el mensaje textual condicionado por el emisor, la lectura negociada entre el emisor y el receptor y la lectura oposicional, donde el receptor sobre la base de sus propios y diferentes códigos se opone a la propuesta textual del emisor (Fuenzalida, 2002), todo ello se ancla al sentido que el receptor emisiona y estructura respecto a sus modos de vida.

Ahora bien, en el núcleo de socialización primario centrado en la familia, desde el espacio construido como hogar, se entiende como una unidad sociocultural de necesidades (Fuenzalida, 2002) y es considerado como el lugar donde los valores sociales y culturales se

empiezan a estructurar de manera tal que dan pautas de forma inicial para el consumo, seguidamente, esta estructura ha sido permeada de forma social por lo que se masifica a nivel mundial; por ejemplo, las familias de estratos socioeconómicos más altos, exponen su afiliación y preferencia sobre los programas internacionales, convirtiéndolos en símbolos de buena cultura y mejor vivir, que desde la concepción macro, referencia formas de vida asociadas al capitalismo imperante.

Es imprescindible plantear el estudio a priori, el cual es la lectura como punto de referencia, por ejemplo para la televisión infantil se consultan libros y cuentos en aras de realizar el ensamblaje de la producción de forma íntegra; ello da paso al reconocimiento y proyección de los contenidos, allí cabe resaltar que muchos autores señalan que en ocasiones la identificación infantil de la narrativa no sería una ensoñación simbólica alienante sino una sugerencia emocional, en tanto desmitifica a través del antihéroe y la cotidianidad los discursos heroicos y fantasiosos (Fuenzalida, 2002).

Desde el quehacer docente y en relación con el problema de investigación planteado, es esencial ver que la educación, al igual que el fenómeno **televisivo** y de audiencias actualmente es posible analizarlo en lo relacionado con el juego de los intereses que representan el capital económico, siguiendo los parámetros de un conocimiento mecanizado (sin abstracción de la realidad), donde el papel de la formación académica relega todos sus componentes a dichos intereses; esto se materializa en uno de los aspectos referido a las nuevas disciplinas (Ciencias Exactas) que surgen en la sociedad para contribuir al modelo brindando una mirada lineal de la realidad.

2.2 Audiencias Infantiles

La televisión ha sido y es en estos momentos, de comienzos del siglo XXI, un escenario que muestra aspectos de modernismo, y aun cuando el gran auge de la circulación de contenidos se pone en la red internet en materia de comunicación de masas, tiene gran influencia en amplios sectores sociales; por ello, no solamente es un medio masivo de comunicación como tal, sino que genera impactos reales y concretos a modo de efectos en las formas de interacción social de los

sujetos, los cuales conducen a percepciones y acciones tanto positivas como negativas; es decir se establecen criterios que generan apropiación cultural y política de discursos ajenos y multivalentes, además estos medios crean opinión en las audiencias de todo tipo, las cuales crean imaginarios a partir de los dialectos locales, formas de comunicación en lo cotidiano y significados diversos que se establecen desde el proceso mediático comunicacional.

La población infantil de inicios de la era actual ha tenido un mayor contacto en torno a los objetos tecnológicos; lo que ha permitido expandir el modo mediante el cual los niños y niñas se relacionan, generando una transformación sustancial de la estructuración de los sujetos y modificando los vínculos entre la persona y su entorno; entendiendo que la relación espacio-tiempo se disgrega en tanto se adquiere un poder y control sobre lo televisado, que se sustenta en un proceso que trasciende el mero escenario logístico de prender y apagar el trasmisor; sino que se crea un entramado relacional de participación que lleva a considerar la audiencia como un sujeto y no como un simple objeto que se sienta frente a un televisor y que se aparta de su mundo, porque, dice Orozco que la decisión de ver un programa es propia, ya sea por entretenimiento, por educación o por simple curiosidad el sujeto se encuentra inmerso en una lógica de consumo y de priorización.

Particularmente en los/as niños/as la televisión genera procesos que son reproducidos en los diversos escenarios donde se desenvuelven cotidianamente por ejemplo, en ocasiones lo llevan al salón de clases, a los parques o a sus juegos con otros compañeros reproduciendo o imitando lo que vieron anteriormente en la televisión. En su interacción con los demás niños en la escuela o en el barrio se dan una o varias re-apropiaciones y se re-produce el sentido de lo visto en la TV. De esta manera lo que los niños receptionan «sale del lugar» donde está ubicado el televisor y «circula» en diferentes contextos donde siguen actuando estos miembros de la audiencia, en la que todos estos escenarios evidencian el proceso de recepción e interpretación y va siendo mediado tanto por las nuevas situaciones como por los agentes e instituciones involucrados.

Lo anterior, refiere como las audiencias de primer y segundo orden se encuentran inmersas en los procesos de socialización de los/as niños/as creando así ambientes de producción y reproducción de contenidos mediáticos y vislumbrando formas de vida acordes con el modelo imperante; es decir en este último argumento se puede exponer las micro mediaciones de primer

orden entendidas como el referente de la constitución de la identidad, en donde se incluye la visión propia del mundo, las aspiraciones, trayectorias y desarrollos vitales, las cuales son nutridas a través de estrategias televisivas que confieren sentidos específicos a las videncias, en este sentido es importante comprender que las televidencias no son procesos individuales sino interconectados y culturizadores, ya que dan cuenta no solo de una visión del mundo endógeno, sino también de configuraciones colectivas de mismos mundos que permiten comprenderlo.

Según Orozco, es fundamental entender que la audiencia es un ente activo, participante que está condicionado por las estructuras sociales; por tanto es importante generar procesos reflexivos donde se internalicen propuestas educativas que permitan una conciencia crítica frente a los contenidos multimedia y sobre el papel que ejercen los sujetos en la vida social. Según (Foucault, 1975) una herramienta importante en el proceso de constitución de todo sujeto es el control de la actividad desde el empleo del tiempo, entendiendo que sobresaturar los procesos de socialización con actividades reiterativas crea diversos hábitos en los sujetos, los cuales no son previstos cuando se construyen tales contenidos y se configuran estos escenarios.

Según la perspectiva foucaultiana, el hombre en su carácter de ser viviente, es tomado preso de las regulaciones políticas, estableciendo de este modo un vértice que une el poder con la vida; por ello, el sujeto desde la constitución se interconecta con estructuras socio-culturales que permean ontológicamente su cuerpo y su definición de ser –biopoder-.

El concepto esbozado pone en juego la posibilidad de la constitución de sujetos políticos y problematiza la condición humana, entendiendo la realidad de los cuerpos, (dóciles) materializados y fetichizados por la desculturización capitalista. A su vez, dichos cuerpos propenden por estereotipos mercantilizados que limitan con la posibilidad de humanizar el sujeto. La relación ambivalente de estas cuestiones en mención da paso a la transversalidad comunicativa como forma mediante la cual se puede potenciar al sujeto comunicacional inserto en el marco de la educación como proceso que viabilice una nueva constitución del sujeto, de forma situada y crítica.

Por otra parte, existen diversos niveles en donde la audiencia construye pautas y realidades desde la cotidianidad; por ejemplo el nivel básico es desde la familia, en donde se empieza a interactuar con el medio televisivo y se crea todo un entramado alrededor de él, posteriormente la interacción más fuerte se genera en la escuela con una gran cantidad de

interacciones vinculadas con el contenido televisivo, siendo así parte de una comunidad de apropiación.

Sumado a ello, el ambiente escolar, la actitud del maestro frente a la TV, el clima pedagógico que impera en el salón de clase, la organización escolar son elementos que inciden en delimitar el tipo de intercambio que realizan los alumnos, tanto dentro del aula como en los espacios para el juego.

Las interacciones específicas de los niños/as están constituidas por referentes que se convierten en mediación, específicamente en el ámbito escolar. Orozco plantea un análisis a profundidad sobre la mediación escolar desde el método pedagógico; es decir, como los docentes a través de libros, espacios audiovisuales y la TV, enseñan sus contenidos a los/as niños/as, escenario que ahonda en la legitimación de los contenidos desde la escolaridad, ya que de forma inconsciente el docente lleva a cabo acciones pedagógicas en las que no necesariamente tiene claridades respecto a su rol mediador, ni la imposición ideológica que se genera en forma de reproducción multimedial.

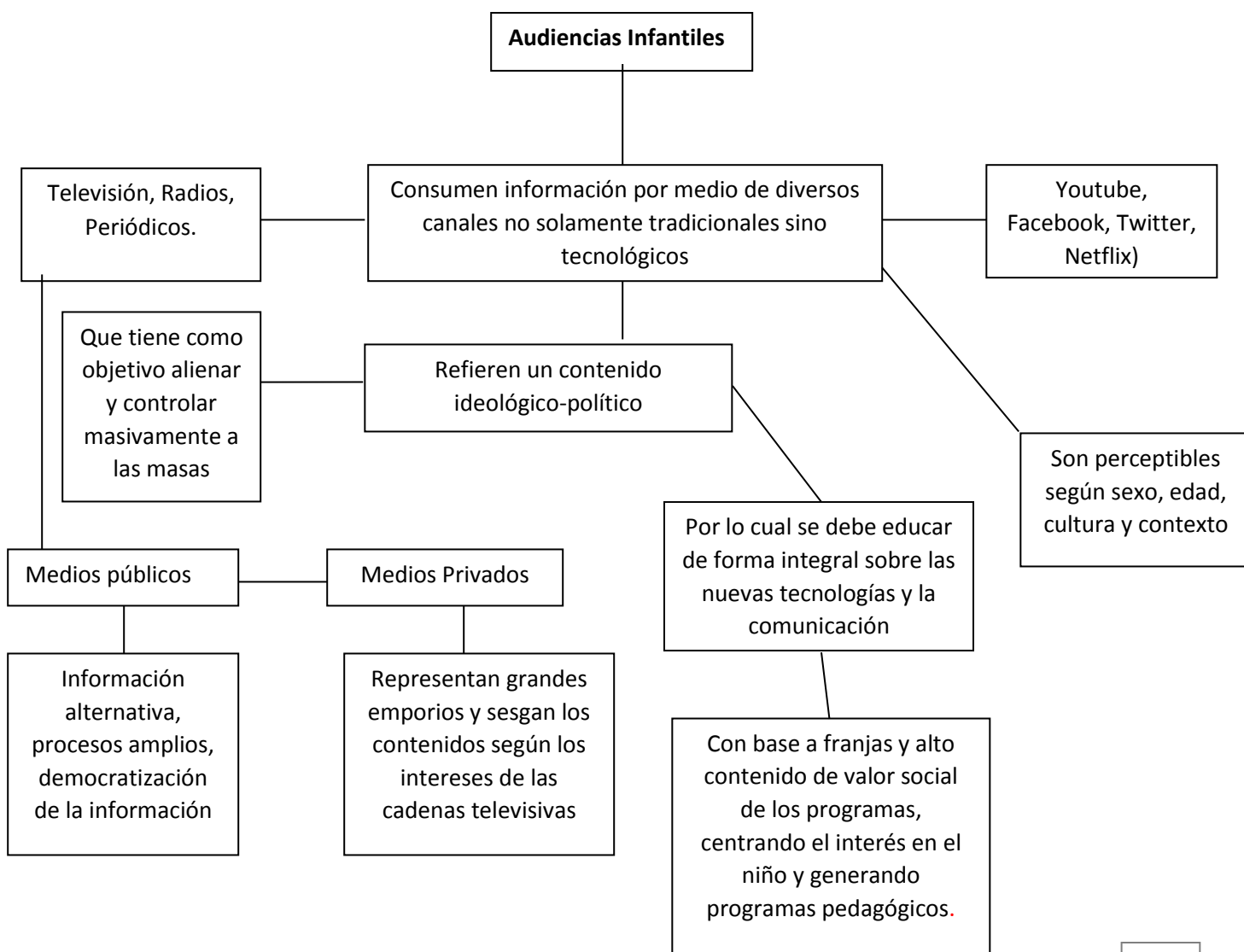
Temporalmente los/as niños/as no tienen claridades frente a los contenidos ni la diferenciación entre ellos, por ejemplo el hecho de que alrededor de los cinco años los niños aun no distinguen entre ficción y «realidad», hasta el hecho de que la TV se convierte en referente constante de la interacción social de una audiencia adolescente. Esto último interrelacionado con el marketing, las ventas y los estereotipos que están mediados por ejercicios de poder y dominación simbólica.

Tácitamente, grandes cadenas televisivas y corporaciones transnacionales de televisión han debatido sobre el carácter que se debe propugnar y al público que se debe llegar para publicitar mediáticamente, buscando un mejor anclaje a los referentes ideológicos y culturales que exige el mundo del capitalismo en relación con la precarización de los ámbitos cotidianos y la reapropiación de entes como la familia para la construcción de paradigmas que permita la reproducción y consumo masivo.

La posibilidad de afrontar dichas problemáticas, desde el campo de la comunicación-educativa se enmarca en la emancipación de la audiencia; como un eje trasversal para suplir de forma cultural los desafíos éticos de la actualidad; resignificando no solamente el contenido

digital como un medio de información, sino potenciando los procesos de lectura oral y escritura a mano, lo cual solamente toma sentido si se entreteje una conciencia individual y colectivizada en relación al tipo y al manejo de los contenidos digitales.

Se debe sensibilizar, a los productores de contenidos, en relación directa con las audiencias infantiles y sus referentes familiares y sociales, sobre criterios como la privatización de la cultura y de las formas de establecer discursos basados en el consumo, donde se toca de forma fáctica lo público como una defensa de factores propios y autóctonos en concordancia con el aumento y masificación del mercado de consumo. Por ello, es imprescindible des escalar los discursos del desarrollo y posicionar la labor docente con la realidad social de los sujetos, buscando mejores vivires que permitan armonizar el contexto escolar y los ámbitos de socialización de los/as niños/as.



2.3 Consumo Cultural; televisión y educación.

La comunicación como medio primordial para difundir diversos tipos de información, se ha venido transformando en un proceso de dominación cambiando la dimensión mediante la cual se relacionan los sujetos; es decir la era tecnológica ha fortalecido el individualismo cultural como marco del sistema mundo capitalista.

Retomando a Gramsci es preciso ocupar el término de la hegemonía y su relación estrecha con la cultura, entendiendo que ideológicamente los presupuestos en sentido estricto prevalecen en un ámbito de disputa política; sobre la premisa que el capitalismo ha permeado y sustituido formas básicas de relación y acompleja la ruptura de la comunidad y el individuo, lo cual muestra una clara imagen cultural de una sociedad marcada por la fetichización de la economía en donde los medios de comunicación se convierten en emisores de propaganda e información situada en el nivel desenfrenado de consumo.

Según Castells (2012) la televisión ha masificado descentralizadamente la comunicación, permeando la alienación de las masas; un ejemplo claro de ello es la publicidad que funciona como anclaje del mercado, donde el sujeto (receptor) elige el mensaje que quiere consumir; y los medios propenden por diversificarlo.

Todo ello, se entiende en las palabras de Barbero (2006) el cual plantea que los receptores de la información, es decir, los televidentes son cómplices de todos los tipos de dominación/reproducción pues generan una réplica de los discursos entregados de manera indirecta por medio de sus acciones, pensamientos y hasta sentimientos. Sin embargo la persona que recibe esta dominación es la misma que, bajo su proceso de comprensión debe decidir y encontrar claves para no estar inmerso en tales dinámicas.

Por lo tanto la lectura y análisis que merece hacerse sobre el contexto de las audiencias infantiles parte de tres lugares; la primera lectura viene siendo *la cotidianidad familiar* lo cual hace referencia a ese espacio de relaciones cortas y de proximidad como lo nombra Barbero (2006) , donde reciben de manera directa la información mediada por los sonidos y/o la imágenes directas cargado de un valor simbólico e intencional, en este caso “en la televisión la visión que predomina es la que produce la sensación de la inmediatez que es uno de los rasgos que hacen la forma de la cotidianidad” (Barbero, 2006)

La segunda lectura describe *la temporalidad social*, esta lectura se refiere a los manifiestos estratégicos que se proyectan en la televisión dependiendo del cruce de géneros y tiempos, donde se muestran imágenes o información en horarios particulares del día y la semana para un público determinado, entendiendo que el idioma en el que proyectan dicha información se vincula directamente en el sistema productivo y por lo tanto obedece a una dinámica de oferta y demanda en la que no considera las condiciones especiales de las audiencias, sino configura tendencias generales y masivas, es decir al proceso de la estandarización de la comunicación y la interacción humana.

Para este escenario la estética de la reproducción como lo menciona Barbero (2006) hace que la experiencia cultural sea efectiva y así mismo llegue al público, de tal manera que la *competencia cultural* viene siendo el juego de intereses comerciales. Como se ha dicho anteriormente el género comunicacional televisivo es un factor transversal en los procesos de socialización y en este caso lo sigue siendo porque el análisis racional de la demanda televisiva proviene del resultado de los estudios que se realizan frente a las percepciones, gustos, sentidos de las personas y con esto poder acceder a ellos.

Por lo anterior es de analizar que ha habido cambios profundos en el sistema de comunicación conducido por la globalización, por ejemplo, la interconexión y la liberación cultural desde las diversas racionalidades simbólicas. Así mismo es pertinente plantear que el poder de lo mediático no solamente reside en el consumidor en tanto hay diferentes prácticas y condicionamientos en los escenarios cotidianos; argumento sustentado en la afirmación que expone la organización de los conocimientos cotidianos de los diversos grupos sociales en el marco de la configuración de capitales culturales segregadas por sexo, cultura, etcétera (Barbero, 2006).

También, la medición de los raiting ha sido un factor que ha incidido en la recepción de consumo y la competencia, con incidencia en los contenidos destinados a las audiencias infantiles, el cual ha estado permeado por las elites y el clientelismo no solo en el marco de campañas políticas sino desde el compadrazgo y la folclorización de la cultura popular. La dictadura del raiting devela las trampas del populismo y el efecto de distorsión que se introduce en la calidad y diversidad de la programación (Barbero, 2006).

2.4 Usos de la televisión infantil

La culturización es un aspecto que se debe tener en cuenta a la hora de entender el entramado del consumo de medios audiovisuales; en concreto, el uso refiere el reconocimiento de acciones que tienen su formalidad y su creatividad propias y que organizan calladamente el trabajo de hormiga del consumo (DeCerteau, 2000) ello da cuenta del sentido propio de las mercancías culturales enmarcadas en el sistema de producción y la concepción propia desde los sujetos consumidores, los cuales dotan de valor no solo el contenido multimedia sino el espacio urbano, las leyendas periodísticas y los relatos.

Además de ello, se debe plantear la construcción histórica alrededor de los conocimientos y simbolismos de la cultura, entendiendo que en muchos casos estos factores son impuestos de manera externa y normalizante para homogenizar. El uso del lenguaje encaja directamente entre la tranzabilidad como una práctica cotidiana; es decir se expone una interrelación entre los sujetos en el marco de la comunicación y es allí donde la semiótica se ubica como campo de estudio del lenguaje, esto es importante entenderlo con el propósito de concordar con las estrategias que usan los medios y su entramado desde el análisis investigativo, más allá de la mera producción; además ello, se articula con la concepción de un proceso social que toca directamente el entramado cultural en el que las relaciones de fuerza, son procesos que internalizan y externalizan el poder mediático desde el uso del lenguaje.

Existen diversas *estrategias y tácticas* una de ellas son las estadísticas lo cual solo calculan y clasifican la información de forma tal que se adquieren dominios y permiten capitalizar cuestiones operativas, a su vez permiten la autonomía en tanto hay una independencia con la variabilidad de las circunstancias. Entre dichas premisas De Certeau (2000) menciona la práctica panóptica como la suma de fuerzas que se pueden observar y medir; es decir, es una parte inalienable de la relación entre el control y la prevención, en tanto generan procesos de apropiación socio-cultural por parte del consumidor.

El conocimiento más allá de sí mismo, tiene un poder que se funda en el lugar propio y la construcción de campos temáticos que crean estrategias científicas y se impone desde las características sociales de los contextos. Es así como la fuente de información debe analizarse desde varias aristas que permitan una lectura holística de la cotidianidad, superando el sesgo

mediante el cual los canales, radios y periódicos buscan alienar conciencias y estereotipar mentes.

Ahora bien, en el marco de la *táctica* informacional se puede entender que esta concepción se asemeja a la debilidad a través de la retórica, entendida como el proceso y utilización de herramientas de control; por ejemplo, el discurso que es empleado no solo como un modo de dominación, sino como un proceso psicosocial que permite relacionarnos como seres humanos, aunque más allá de eso se torna importante darle un papel vital a la memoria del lenguaje como un símbolo de resistencia, lo que difiere con la masificación de contenidos. A su vez, es preciso acotar que los medios de comunicación se organizan de acuerdo a lógicas empresariales privadas; que en su conjunto adaptan la globalización del capital a los sujetos desde su cotidianidad; un ejemplo claro de ello es la segmentación de audiencias; Castells (2012) el cual expone dicha configuración como una de las cuatro tendencias del núcleo de medios globales, que mueven socio-económicamente a los individuos.

Dichas prácticas han estado en un limbo epistémico ya que las comunidades que protegían sus conocimientos, se han visto invisibilizadas por el sistema imperante, lo cual ha llevado a una imposición marcada de culturas y sociedades ambivalentes en el modo social, este criterio lleva a cuestionarse si la gran metrópolis es el escenario propicio para tener una vida social con equilibrio medioambiental y de interacción entre los seres humanos.

Por otra parte, es fundamental entender el entramado de la represión a través de la imposición de patrones culturales que trasgreden las propias construcciones de los sujetos y los pueblos, lo que se apoya en el entramado social que homogeniza prácticas sociales que despojan, des arraigan y generan pérdida de los referentes culturales.

Lo anterior es visible en la categoría referida a los usos y apropiaciones de la televisión infantil, desde la definición de estándares heteronormativos que generan no solamente un anclaje del consumo de medios audiovisuales, sino también un proyecto social que enarbola y tecnifica la vida en todos los sentidos; ante este fenómeno social comunicativo, es imperativo lograr reconstruir las formas de relacionamiento existentes y pervivir sus posibles efectos desde la cultura del lenguaje en aras de humanizar el pensamiento y fundamentar procesos más acordes a la enseñanza; es decir, que como docentes se debe educar desde la diferencia y con un sentido

humano, que promueva un análisis social crítico, pero que respete las cosmovisiones de los diferentes sujetos.

Toda vez que la educación es de fondo un proyecto que permite la constitución de un sujeto político, debe apropiarse los contextos y pugnar porque los sujetos construyan y no reproduzcan conocimientos (Freire, 1975), es decir la labor docente debe liberar mentes que han estado históricamente oprimidas, en este caso por los medios masivos de comunicación y por el entramado político que tranza con la vida como mercancía y que no genera lecturas de la realidad que trasciendan del mero análisis formal.

El reto planteado desde el marco de la comunicación educativa, desde estos cuatro ejes categoriales planteados y en relación con el problema de investigación, propone abordar asuntos relacionados con el plano de lo vital, más que de lo netamente conceptual, pues es allí donde es posible construir otros mundos más acordes con las formas democráticas, participativas, la constitución de sujetos conscientes de su papel como ciudadanos del mundo y donde los niños puedan desarrollar su personalidad y sus procesos ampliamente y donde no se limiten los escenarios de interacción y sociabilidad, es decir, se debe vislumbrar formas posibles de educar-enseñar.

Gráfico 6. Categorías



TELEVIDENCIAS. Recepción e interacción del sujeto con el medio televisivo



AUDIENCIAS INFANTILES
Comportamientos, influencias y socialización en diferentes contextos



CONSUMO CULTURAL Y TELEVISION.
Consumo intereses comerciales desconociendo audiencias infantiles



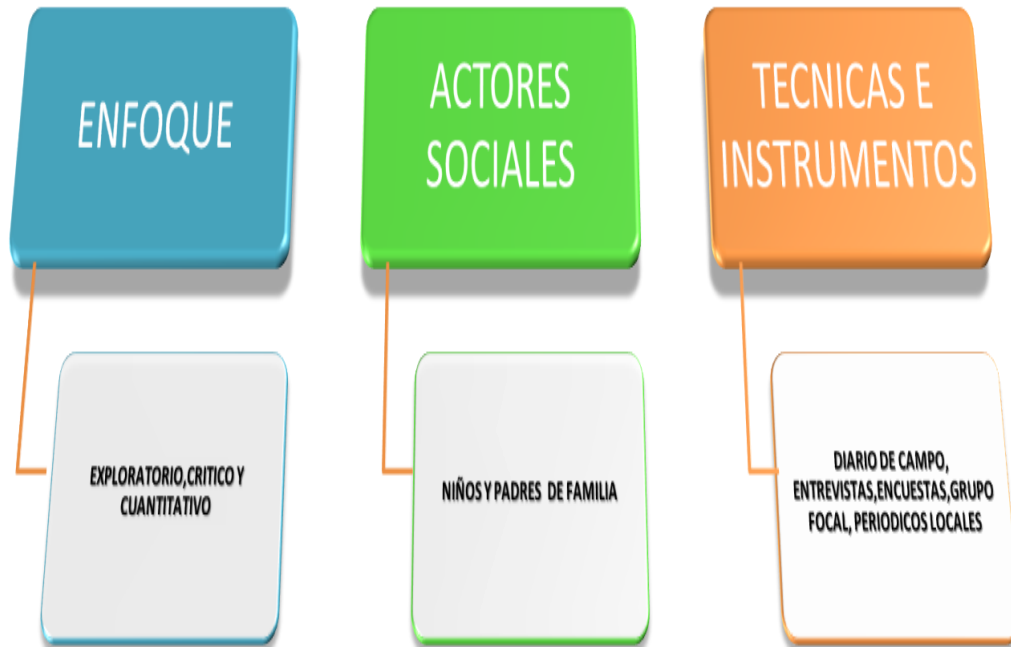
USOS DE LA TELEVISION INFANTIL.
Fenómeno comunicativo, tecnificación de la vida, imposición patrones culturales

CAPÍTULO 3



CAPITULO 3. METODOLOGÍA

METODOLOGIA



El proyecto de grado tuvo tres fases fundamentalmente; la definición de audiencias infantiles e investigación sobre los referentes (teóricos, metódicos y de intervención) el estudio y planeación de los instrumentos de campo y la concreción de resultados fundamentados a partir del proceso contractual. Dados estos escaños, fundamentamos a través de la problemática de investigación y su pregunta base: ¿Cómo los niños reciben los programas infantiles de TV? En relación directa con la incidencia de los mismos en su cotidianidad, particularmente en el rendimiento académico escolar. A su vez, nace el cuestionamiento de la TV es ¿educación y entretenimiento? Y hasta qué punto es regulador de las conductas de los niños/as.

Entendiendo el entramado de dicha comprensión, interactuamos con procesos familiares que permitieron dilucidar la importancia y acompañamiento por parte de los padres de familia en aras de ser conscientes no solamente del consumo indiferenciado de la TV, sino de los marcos que maneja en trasfondo como parte de un entramado socio-cultural instaurado. Aunque la ruta crítica que centró la atención de la investigación fue la afectación del rendimiento académico de los niños y niñas.

3.1 Enfoque Metodológico

El trabajo investigativo adoptó un enfoque de tipo exploratorio, de tipo crítico, bajo la perspectiva cualitativa, entendiendo que busca comprender una realidad social construida, transformada y validada por los mismos sujetos que pertenecen a la sociedad, de una manera ideográfica para buscar las ideas que dan la pauta a un comportamiento social y así mismo como una construcción e interacción cultural. (Bonilla, 1995). Es por esto que se trabajó con niños como sujeto activo y fuente primaria, para así, lograr una comprensión desde lo narrativo e histórico articulando procesos psicosociales y comunicativos.

Particularmente como investigadoras y haciendo frente a una realidad concreta, entendimos que el proceso social debe posicionarse desde el borde (Torres, 2004) es decir desde la intervención situada y la construcción de conocimientos vivenciados y pragmáticos; al margen del imaginario “racional y objetivo” que sustenta la ciencia social positivista que permitió

trabajar operativamente, incide de forma directa en el posicionamiento crítico del investigador y las comunidades como sujetos activos que proponen una lectura de lo social desde la realidad situada.

Es preciso ahondar en el tipo de enfoque al cual se acudió en la investigación, en el caso particular de esta investigación se centró en el análisis cualitativo entendiendo que se trata de una indagación, trabajo con una población infantil, que expone a través de la temática de audiencias visos particulares referente a categorías de valor muy puntuales, tales como como el acceso a medios, prácticas culturales y usos televisivos que exponen a través de procesos socio-culturales; a su vez, la investigación tiene un corte interpretativo y crítico, en aras de potencializar los relatos de los niños para así comprender su realidad y trabajar con base al empoderamiento en derechos.

3.2 Fuentes de información

Los referentes de información se dividieron en dos grandes fuentes: primarios y secundarios. En los primarios se posiciona el relato de los/as niños/as con los que se construyó la investigación, los cuales tenían un rango etario entre los ocho y nueve años, particularmente de los grados terceros y cuartos del plantel privado: “El Minuto de Dios” en la ciudad de Bogotá, también se incluyó la sistematización de la información recolectada con los padres y madres de los menores.

Los referentes secundarios fueron los contenidos teóricos y fuentes de investigación sobre los planteamientos de la intervención en programas de televisión infantil; aunado a ello, es imprescindible resaltar el estado del arte realizado y la matriz de las noticias consultadas en aras de tener una visión amplia de las audiencias, los contenidos y los procesos que rodean a los niños, además la caracterización de los niños, niñas y padres de familia a través del observador de curso donde se recolecta información vital sobre los proceso tanto académicos como convivenciales durante el año lectivo.

3.3 Actores sociales

Niños

Es importante entender los significados y antecedentes que desembocaron en el trabajo con los niños; allí, en primera instancia se recogió pedagógicamente la población del colegio El Minuto de Dios; con la cual se tenía una experiencia previa, apto para la investigación social. Sumado a lo anterior, el proceso social de relación asociativa entre docente-estudiante daba para coordinar un trabajo de maestría que mostrará la voz de los sujetos desde la percepción de las teleaudiencias; la poca información sobre el tema y la innovación en Colombia sirvieron de sustento para construir colectivamente los marcos idóneos para sedimentar la propuesta investigativa.

Los niños como actores sociales, más allá del constructo etimológico; simplifican una visión polisémica desde su significado en sí; aunque en general alude a la condición de las personas con pocos años de edad o que se encuentran en posición de subordinación social (servidumbre). Acompañado de ello, es necesario entender que el termino niño es conexo a un sentido de poca autoridad o supervisión (Pavez, 2012)

La palabra dilucida “bajeza”, pero en la actualidad dicha concepción ha cambiado debido a la profundización cultural de la hegemonía capitalista, que permea dos cuestiones en suceso; el concepto de infancia como condición social delimitada por una construcción cultural e histórica diferenciada y caracterizada por relaciones de poder y la categoría de niñas/niños vistos como grupo de personas o sujetos sociales que se desenvuelven en dicho espacio social. (Pavez, 2012)

A partir, de ello la realización del proceso investigativo da una voz valida a los sujetos, entendiendo que históricamente han sido acallados y poco incidentes en los contextos socio-culturales; concepción que se deconstruye con la categoría de actor social y se amplía el concepto pensando en ciudadanías sociales que acotan características concretas, en este caso sobre la vivencia de ser joven o niño en un contexto particular.

Los niños con los que interactuamos en la investigación, son chicos de estratos tres y cuatro entendiendo el contexto del colegio privado, en su mayoría las familias son nucleares o

extensas, las edades de los niños son entre ocho y 9 años y las encuestas aplicadas arrojan un resultado de un porcentaje mayor de niños frente a un número menor de niñas.

Los escenarios socio-culturales de los que provienen los sujetos varían entendiendo los consolidados culturales, valores sociales y roles en la familia y en sociedad, por lo anterior, es poco probable categorizarlos. Pero el rendimiento escolar de los/as niños/as encuestados(as) es básico y alto, es decir sus promedio de notas se clasifica en un nivel bueno y muy bueno. La parte convivencial en el grupo de estudiantes se ve afectada por la intolerancia y maltrato físico y verbal entre ellos mismos a cualquier hora de la jornada escolar, puede verse durante las clases y a las horas de los descansos. Este criterio fue el detonante principal para la selección de nuestro grupo focal conformado por 12 niños y niñas.

Padres

La percepción cultural de los padres, remite a los sistemas de familia existentes en todos los contextos, particularmente en América Latina se diferencian procesos ampliados de familia que se enmarcan en sistemas de protección y bienestar, por ello, el rol de los padres se enmarca en la mejoría de las condiciones de vida existentes (materiales e inmateriales) y en la protección de los miembros de la familia; al ser el sustento económico del hogar se profundizan roles de dominación y relaciones de poder.

En el caso particular de la investigación, la familia tiene un papel fundamental en el control de los niños, sin invisibilizar las concepciones y constructos propios de los más chicos; pero siendo una autoridad frente a la posibilidad e incidencia de los medios audiovisuales en los patrones de comportamiento socio-cultural. Aunado a lo anterior es preciso resaltar que el nivel educativo de los padres oscila entre bachiller y profesional; el rango etario es entre 29 y 36 años y tienen empleos estables, tomando como grupo focal los 12 padres de los niños y niñas,

3.4 Técnicas e instrumentos

Según lo consultado en el estado del arte y retomando el problema de investigación basado en el cuestionamiento sobre la recepción de medios, se pudo ahondar informativamente en las audiencias infantiles y los procesos de estudio en la temática, lo anterior se basó en la caracterización inicialmente realizada que sentó las bases para la elaboración de instrumentos acordes a la realidad de la población.

Por otra parte, basado en fuentes escritas, se realizó un rastreo primario a través de entrevistas, bases que fundamentaron los elementos necesarios para generar preguntas que iniciaran la investigación social desde un enfoque crítico y argumentativo.

Diarios de campo

Una herramienta fundamental para la intervención desde la observación no participante fue la escritura y la elaboración y pequeños fragmentos –diarios de campo- que acotaron claridades, situaciones y procesos que acontecían en la cotidianidad, se articularon técnicas como: el dibujo, la perspectiva de identidad y rompehielos, todo ello se fundamentó en la rigurosidad del proceso y teniendo en mente la perspectiva hermenéutica-interpretativa.

Tabla 1. Formato diario de campo

DIARIO DE CAMPO	
FECHA	
LUGAR	
TEMA	
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.

Observador de los estudiantes y sabana de notas

El observador del estudiante permite al director de grupo caracterizar a los niños y niñas de cada grado y a sus familias, además identificar comportamientos, aptitudes y rendimiento académico de cada uno de ellos, realizando seguimientos con el apoyo de los padres, para así hallar estrategias y dar solución a las diferentes dificultades que presentan estos.

Gráfico 7. observador del alumno

OBSERVADOR DEL ESTUDIANTE

COLEGIO EL MINUTO DE DIOS

APellidos y nombres: CELIS ARIZA SAMUEL ANDRES
 GRADO: 4 - 4
 DOCUMENTO DE IDENTIDAD/REGISTRO CIVIL: 1323184736
 DIRECCIÓN: 82 C 75 A 36 TO 3 AP 309 MINUTO DE DIOS

AÑO: 2017
 EDAD:
 TELÉFONO: 3198503065 - 3168754277 - 3108503065

DIRECTOR DE GRUPO: Nubia Horta B.

INFORMACIÓN GENERAL

ACIDENTE:
 EMPRESA: MADRE ARIZA SUAREZ VIVIANA PAOLA
 EMPRESA: CITIBANK
 PADRE: CELIS SANCHEZ DIEGO ANDRES
 EMPRESA: FONDO NACIONAL DEL AHORRO

PROFESIÓN:
 TELÉFONO: PROFESIONADORA REGISTRADORA DE EMPRESAS
 TELÉFONO: 4854000 3198503065
 PROFESIÓN: COMUNICADOR SOCIAL
 TELÉFONO: 3821550 3168754277

REINCIANTE: SI NO

ASIGNATURAS CON PROPOSITOS PENDIENTES AÑO ANTERIOR:
 COMPROMISOS ESPECIALES ADQUIRIDOS:

RUTAV: COLEGIO ASOCIACIÓN PARTICULAR

OBSERVACIONES:

EN CASO DE EMERGENCIA LLAMAR A

NOMBRE: VIVIANA PAOLA ARIZA SUAREZ - DIEGO ANDRES CELIS SANCHEZ
 TELÉFONO: 3108503065 - 3168754277

Presente en la actualidad alguna enfermedad? No Si Cual:

ASIGNATURAS CON DIFICULTAD

PRIMER PERIODO	SEGUNDO PERIODO	TERCER PERIODO	CUARTO PERIODO
<u>Lat. p02</u>	<u>C. Naturales</u>		
	<u>Sociales</u>		
	<u>Matemática</u>		
	<u>Informática</u>		

ACTAS DE COMPROMISO FIRMADAS

La sábana de notas informa al docente sobre los estudiantes con alto, medio y bajo rendimiento, permitiendo buscar y determinar las causas de estos resultados.

Gráfico 8. Sábana de notas

The image shows a large sheet of paper titled "CORTE 1º PERIODO" and "COLEGIO EL MINUTO DE DIOS - 2013". It contains a grid of handwritten notes. The grid has columns for "Nombre" (Name) and "Fecha" (Date), followed by many columns of numerical data, likely representing scores for different subjects and periods. The names listed include students like ACOSTA, AMARAL, ANTONIO, etc. The data is organized in a structured manner, with rows corresponding to individual students and columns to their performance in various subjects.

Entrevistas semiestructuradas

Se construyó un instrumento de entrevista de corte cualitativo, mediante la cual se pudo indagar la percepción de los niños y niñas a partir de una serie de preguntas concisas, teniendo en cuenta la pertinencia de los programas, los horarios y la frecuencia de consumo, en aras de concienciar a los sujetos sobre su realidad.

En primera instancia se aplicó el instrumento a un grupo focal conformado por 12 niños y niñas de 8 y 9 años del colegio El Minuto de Dios, ubicado en Bogotá, pertenecientes a estrato 3.

Tabla 2. Formato grupo focal

ENTREVISTA GRUPO FOCAL DE NIÑOS Y NIÑAS DEL COLEGIO EL MINUTO DE DIOS
¿Porque les gusta ver televisión?
¿Ven televisión solos o acompañados y que tanto tiempo duran frente a la televisión?
¿Han aprendido cosas cuando ven esos programas que tanto les gustan?
¿La culpa de sus malos comportamientos creen que son de los programas?
¿Qué es lo que más les llama la atención de los programas que ven en televisión?
¿Qué género de programa les gusta ver más?
¿Qué canal de televisión te gusta más?
¿Si ustedes fueran los creadores de un programa para niños, como lo harían?

Aunado a ello, se llevó a cabo una entrevista al docente experto en la temática German Muñoz, con el fin de contrastar las visiones sobre la temática y consultar una fuente que ha estudiado las teleaudiencias.

Tabla 3. Formato entrevista experto

ENTREVISTA Docente, doctor en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud Especialista En Comunicación y Educación
¿Cuáles son las características más comunes que usted encontró al momento de realizar sus estudios sobre audiencias infantiles?
Teniendo en cuenta el tema de comunicación – educación ¿cuál será la tendencia actual en el caso de las audiencias infantiles?
¿Es posible evidenciar diferentes interpretaciones de los contenidos por parte de las audiencias infantiles cuando al género se refiere?
¿Cómo se proyecta la realidad social de Colombia a través de la programación que emite la televisión y llega a nuestros niños?
¿Cuáles son los usos que cotidianamente dan los niños a la televisión?
¿Qué prácticas educativas encontramos en la televisión infantil?
¿Qué piensa usted de la regulación de la televisión infantil en Colombia?

Encuesta Diagnóstica

Se elaboraron preguntas que respondieran al objetivo de investigación, las cuales se plantearon de forma cualitativa, igualmente tuvieron un hilo conductor respecto a la temática de audiencias.

Se aplicó la encuesta conformada por 10 preguntas, a 36 niños y niñas del colegio El Minuto de Dios y 37 niños y niñas del Colegio Laureano Gómez, ubicados en la ciudad de Bogotá D.C, de estratos dos y tres.

Posteriormente se identificó la población a trabajar, quedando solo el colegio El Minuto de Dios, sin desaprovechar el aporte realizado del colegio Distrital Laureano Gómez por medio de la encuesta aplicada. Donde el objetivo fue hallar una comparación entre los dos colegios, frente a la recepción de distintos programas infantiles. (Único instrumento aplicado a niños del colegio Laureano Gómez).

Tabla 4. Formato Encuesta aplicada niños y niñas.

<p>Maestría en Comunicación Educativa</p> <p>Alianza</p> <p>UNIVERSIDAD TECNOLOGÍA DE PEREIRA</p> <p>CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS</p>
<p>¿Te gusta ver televisión?</p> <p>SI _____ NO _____</p>
<p>¿Ves televisión todos los días?</p> <p>SI _____ NO _____</p>
<p>¿Cuál es tu programa infantil favorito?</p> <p>_____</p>
<p>Dibuja el personaje que más te gusta de tu programa favorito</p>
<p>¿Cuántas horas al día, ves televisión? Marca con una X</p> <p>1 hora _____ 2 horas _____ 3 horas _____</p> <p>4 horas _____ 5 horas _____ 6 horas _____</p> <p>Más horas _____ ¿Cuántas? _____</p>
<p>¿Te vas a dormir tarde por ver televisión?</p> <p>SI _____ NO _____</p>

<p>¿Mientras realizas las tareas del colegio ves televisión? SI _____ NO _____</p>
<p>¿Qué prefieres, ver televisión o hacer tareas y trabajos del colegio? Ver T.V _____ Tareas y trabajos del colegio _____</p>
<p>¿Algún adulto te acompaña a ver los programas de televisión? SI _____ NO _____</p>
<p>¿Qué has aprendido de tu programa infantil favorito?</p>

La encuesta se planteó con preguntas abiertas, cerradas y grafos que permitían un análisis holístico de los programas, la percepción y la recepción; es preciso entender que se elaboró un documento que pudiese aplicarse con cualquier niño que presentará el rango etario (8 a 9 años) correspondiente a la investigación y se abordó didácticamente la aplicación del instrumento, es decir se realizó un trabajo previo que refería información, además de un rompe hielo que permitió una mejor socialización.

Los resultados de la investigación pudieron verse orientados por dos grandes tópicos, la reiteración de programas y los mensajes que transmiten desde una perspectiva socio-cultural y la reproducción de imaginarios con sesgos ideológicos, se pudieron dilucidar programas como: Bob Esponja, Peppa Pig, Bob el constructor, Dragon Ball Z, los Simpsons, Luna; los cuales abordan la postura del género y ahondan en un imaginario construido del niño y la niña; asociado el primero a la violencia y la dominación y la segunda al estereotipo de delicadeza, dulzura y sumisión; es decir, la TV como medio audiovisual profundiza los procesos de apropiación y réplica de conocimientos construidos con base al modelo de consumo.

Encuesta cualitativa a padres y madres de familia

Encuesta Aplicada a 12 padres y madres de familia de los niños y niñas que participaron en el grupo focal. Se realizó por medio de 10 preguntas basadas en el uso de la tv y el tiempo

destinado para este. Teniendo en cuenta la cotidianidad de cada una de las familias.

Tabla 5. Formato evaluación cualitativa a padres y madres de familia

<p style="text-align: center;">COLEGIO EL MINUTO DE DIOS “Ser Crecer y Valorar Minuto a Minuto” Apreciados Padres y madres de familia. Cordial saludo en Cristo Jesús y el abrazo de María Santísima les acompañe.</p> <p>Teniendo en cuenta el estudio investigativo que he venido desarrollando durante la maestría en Comunicación Educativa, la cual tiene como objeto principal: La niñez y los programas infantiles, me permito invitarlos a que participen con sus importantes aportes de este sencillo cuestionario:</p>
<p>1. ¿Cómo puede crear conciencia en su (s) hijo (s) cuando ve televisión y de la misma manera ayudar a formar un criterio propio de las relaciones que hay con la familia, la escuela y la sociedad?</p>
<p>2. Como padre y principal responsable de su (s) hijo (s) ¿Está supervisando las programaciones de televisión que ve (n) y posteriormente dialogando sobre estos? ¿Por qué?</p>
<p>3. ¿Están definiendo en el hogar qué tipo de programación debe ser la que miren su (s) hijo (s)? ¿Por qué?</p>
<p>4. ¿Cómo hacen para lograr que su (s) hijo (s) comprenda (n), cuales son los programas de televisión que le aportan positivamente a su vida?</p>
<p>5. ¿Cuáles son los gustos e intereses que observan en el momento que su (s) hijo (s) selecciona los programas de televisión?</p>
<p>6. ¿Observan que el comportamiento de s (s) hijo (s) es influenciado al ver la televisión? ¿cuáles comportamientos?</p>

7. ¿Conocen el impacto que pueden tener ciertos programas infantiles en su (s) hijo (s)? argumente su respuesta.

8. ¿Consideran importante la regulación del gobierno sobre los programas infantiles que son observados por los niños y niñas? ¿Porque?

9. ¿De qué manera los padres, pueden mejorar los contenidos que se dan en la televisión, pensando en el bienestar emocional de su (s) hijo (s)?

10. ¿Las instituciones escolares deberían tocar estos temas?, ¿ustedes participarían de tales actividades?

Finalmente quiero agradecerles por su participación, recordarles que la información dada en este proceso investigativo será usada para fines académicos y su conocimiento solo será de manejo interno.

Formato de evaluación

Se formuló una evaluación cualitativa a través de una escala de 1 a 10, donde se establecieron criterios que abordaban la comprensión técnica y la fundamentación epistemológica cualitativa; es decir retomando la voz de los sujetos como eje principal de la investigación, y a su vez fue validado por las fuentes primarias y la comunidad educativa en sí misma. Un factor clave para lo anterior fue tomar con consentimiento las respuestas para ampliar el análisis y profundizar en los contenidos temáticos de la investigación. Esta fue realizada a los 12 padres de los niños que hacen parte del grupo focal.

Tabla 6. Formato evaluación padres y madres de familia

<p>Maestría en Comunicación Educativa Alianza UNIVERSIDAD TECNOLOGÍA DE PEREIRA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS</p> <p>EVALUACIÓN</p>
De 1 a 10, donde 1 es lo más bajo y 10 lo más alto, ¿Cómo le pareció el tema abordado?
¿Fueron claras las preguntas realizadas? SI _____ NO _____
¿Qué podría mejorarse?
El trabajo investigativo ¿es pertinente para usted?
El tema ¿Le deja alguna duda o inquietud? ¿Cuál?

Grupos focales

Se construyó un grupo focal de 12 niños junto con sus padres de familia, el cual permitió percibir las opiniones de estos frente a los procesos educativos y la recepción de medios audiovisuales en los niños/as. Particularmente se construyó el espacio desde la experiencia de las docentes en el trabajo con población infantil y específicamente con el grupo focal. se elaboró de forma planeada encuentros con los cursos correspondientes a los ciclos vitales y rangos etarios que pretendía la investigación. Se tuvieron en cuenta los datos sociodemográficos obtenidos

desde el observador de los estudiantes para dicha población. Es de vital importancia clarificar sobre la aplicabilidad y utilidad de los instrumentos, ya que se realizó un sondeo previo de los tipos de preguntas que podrían ser pertinentes para la edad de los niños; luego se relacionó la información con los intereses particulares de la población y la investigación.

Se realizó un grupo focal con 12 niños y niñas del Colegio El Minuto de Dios, acompañados de procesos lúdicos por medio de entrevista, donde se buscó, determinar las apreciaciones, impresiones y formas de pensar de los niños, logrando allí ampliar la percepción sobre las teleaudiencias; dignificando la voz de los niños y niñas frente a sus realidades. Para la realización se tuvieron en cuenta tres pasos básicos:

- Preparación: porque se debe tener en cuenta, que el manejo de cámaras produce en los niños temor o pena al momento de responder, por esto hay que familiarizarse con los niños para producir en ellos tranquilidad.
- Aplicación: Se efectuó la entrevista en el salón de clases a los niños que hacen parte del grupo focal y se les da libertad de expresarse en el momento que ellos consideren necesario. Si bien el grupo focal de niños es pequeño este presentó resultados suficientemente amplios para el análisis posterior de los intereses de los niños.
- Transcripción: transcribir una entrevista es pasar al computador la información entregada por cada uno de los niños pertenecientes al grupo focal.

3.5 Trabajo de campo

Se establecieron diversos los escenarios que pudimos involucrar en términos del trabajo de campo; en ocasiones se realizaron consultas virtuales con los actores sociales más que todo a padres de familia por disponibilidad de tiempo y se interactuó con la fuente primaria desde estrategias lúdico-recreativas, artísticas y descriptivas que fueron esenciales para captar la atención de los niños y lograr los resultados esperados.

Es imprescindible mencionar los procesos que han tenido mejores resultados en términos

de los datos recogidos y de su calidad como información primaria; los cuales además de la encuesta diagnóstica, fue la sistematización y la retroalimentación.

En cada actividad entre charlas, talleres y entrevistas, se invirtió aproximadamente de dos a tres horas por sesión en promedio con la variable de la sistematicidad del proceso aplicado, coordinando los escenarios acordes y las técnicas mencionadas; en su mayoría se establecieron vínculos investigativos en la escuela y se sistematizó la información en los hogares.

3.6 Sistematización de la información

La organización formal de la información obtenida en el trabajo de campo se constituye como un proceso transformador, donde se organizan los insumos dándoles un orden a todos sus componentes, conectándolos entre sí y analizándolos para producir nuevos conocimientos y obtener unos resultados con una información oportuna y confiable, para ello se elaboraron matrices donde se muestra el rastreo de información enmarcándolos en un análisis por categorías.

Tabla 8. Formato Sistematización de la información

Categoría	Propósito	Instrumento/ Herramienta
Televidencias	Contextualizar y conceptualizar la actividad de consumo de contenido audiovisual	Estado del arte
		Matriz de análisis (fuentes documentales, prensa, artículos)
		Encuesta de padres
		Entrevista a Niños
		Entrevista a Germán Muñoz
Audiencias infantiles	Desarrollar alternativas	Diarios de campo

	para la transformación a través del estudio de la temática.	Evaluación
		Encuesta diagnóstica a niños
Consumo cultural; televisión y educación	Indagar sobre la comunicación como eje transversal de la información y la educación.	Revisión documental
		Matriz de análisis
		Evaluación
Usos de la televisión infantil.	Identificar los recursos, tiempos, procesos y estereotipos que rodean culturalmente el consumo de televisión	Encuesta diagnóstica aplicada a niños.
		Matriz de sistematización

Como fuentes de información real, se realizaron consultas en diferentes periódicos nacionales e internacionales relacionadas con la televisión y su efecto en las audiencias infantiles y se priorizaron 9 fuentes que consideramos son los aportes que apuntan a esta investigación.

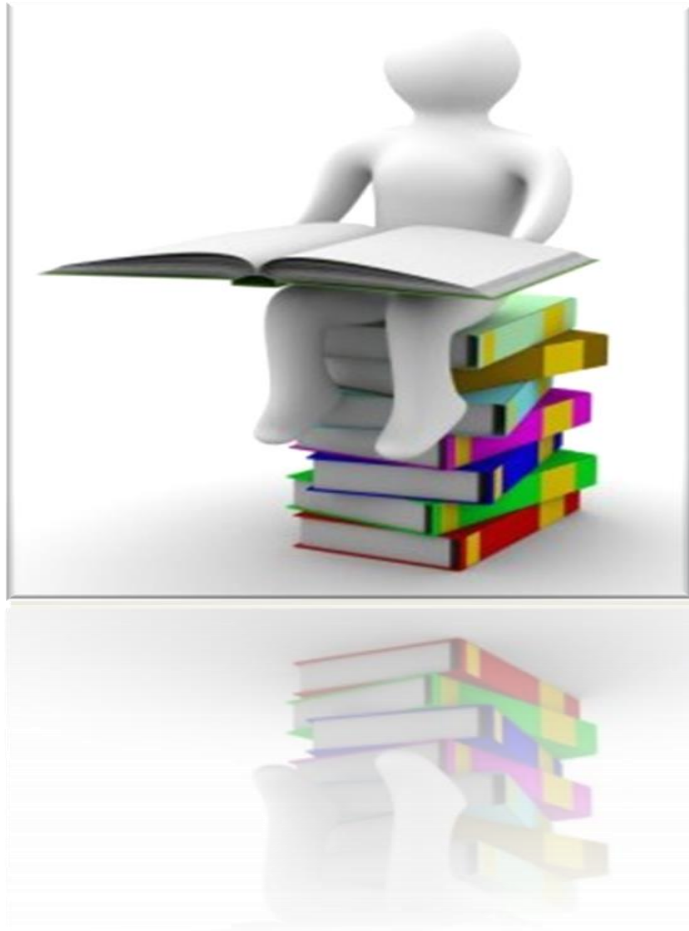
Tabla 9. Formato Sistematización de la información de periódicos

Fuente (Periódico): Fecha (Año, Mes, día): Autor/a/es:
Ideas principales

Desde que se inició con la identificación del problema, se tuvo en cuenta la pertinencia de cada actividad e instrumento al momento de su aplicación, ya que con los niños se debe manejar estrategias dinámicas que les permita identificarse en medio de su contexto escolar.

Tabla 10. Formato cronograma.

Aplicación de Instrumentos							
Meses	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Actividades							
Definición de la Perspectiva teórica							
Rastreo de información							
Elaboración de la encuesta para padres e hijos							
Taller de Aplicación del instrumento							
Identificación de los tópicos evaluadores							
Realización de la encuesta							
Aplicación de la encuesta							
Sistematización de la información							



CAPITULO 4

CAPITULO 4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Este capítulo muestra los resultados del proceso de investigación, fundamentados en dos momentos: un primer momento donde se presenta la descripción de los resultados, basado en el trabajo de campo, aplicando diferentes instrumentos de investigación. Un segundo momento de este capítulo se encuentra conformado por el análisis a luz de las cuatro categorías que sustentan el marco conceptual; es decir, se trata de la fase interpretativa de los hallazgos de la investigación.

4.1 Descripción de los resultados

Encuesta Diagnóstica

Es importante entender cuantitativamente el estudio de caso, en el cual se da a conocer como los medios de comunicación masivos son escenarios de interacción y estructuración de pensamiento; a su vez se intentó generar un paralelo entre un colegio público y una institución privada; ante ello se expone en los gráficos las dos muestras, aunque finalmente se elige el Colegio Minuto de Dios como el espacio acorde a la investigación y posibilita una acción docente eficaz, entendiendo que como grupo se ha tenido trabajo con dicha población y es más factible generar redes de trabajo que permita el acercamiento y los procesos de análisis con los sujetos.

Procedimiento

Se utilizó de forma precisa la encuesta diagnóstica, entendiendo que dicho instrumento está constituido por preguntas base que propenden por un entendimiento básico sobre la temática abordada; es decir de antemano es una herramienta versátil, que permite conocer de mejor manera los conocimientos y saberes propios de los niños y niñas.

La encuesta se elaboró con preguntas en su mayoría cerradas, buscando por medio de respuestas simples cuantificar un porcentaje y construir la muestra, en aras de sistematizar los resultados y mejorar la asertividad comunicativa. En términos de las respuestas abiertas se pretendía conocer la amplia gama y variedad de programas consumidos por los niños y niñas. El instrumento lo componen diez preguntas, dos de respuesta abierta, siete de respuesta cerrada y una ilustración que permitía visibilizar el nivel de apropiación de los personajes en las series televisivas para niños y niñas.

Tabulación de la Encuesta

Gráfico 9. ¿Te gusta ver tv?



En esta pregunta se puede argüir que un 95% de la población infantil conoce y le gustan los medios de comunicación y particularmente la televisión como herramienta masiva para el consumo de contenidos audiovisuales y un 5% no ve televisión, hay que tener en cuenta que algunos de los niños del Colegio Laureano Gómez no consideran como prioridad la televisión, ya sea por falta de recursos o por razones adversas. La pregunta no permite saber porque este grupo minoritario no le da la importancia a la televisión como el otro 95% de los niños.

Pero el gráfico si nos muestra que un alto porcentaje de los encuestados si observan la televisión porque les gusta o los entretiene.

Gráfico 10. ¿Ves tv todos los días?



Esta gráfica arroja la frecuencia en la que los niños y niñas consumen contenidos comunicativos televisivos, en donde se puede leer que la acción de ver televisión no es rutinaria para un significativo número de encuestados, pero la diferencia porcentual es de cuatro puntos encima de la contraparte, donde se puede

exponer que dedican más horas de su tiempo diariamente al consumo de televisión. Mientras más tiempo permanezcan observando televisión, menos control se tiene sobre ellos para poder filtrar la clase de programas que observan. La gráfica nos permite analizar que tienen claro que sí existen otras actividades para realizar diferentes a la de ver la televisión.

Gráfico 11. ¿Cuál es tu programa infantil favorito?

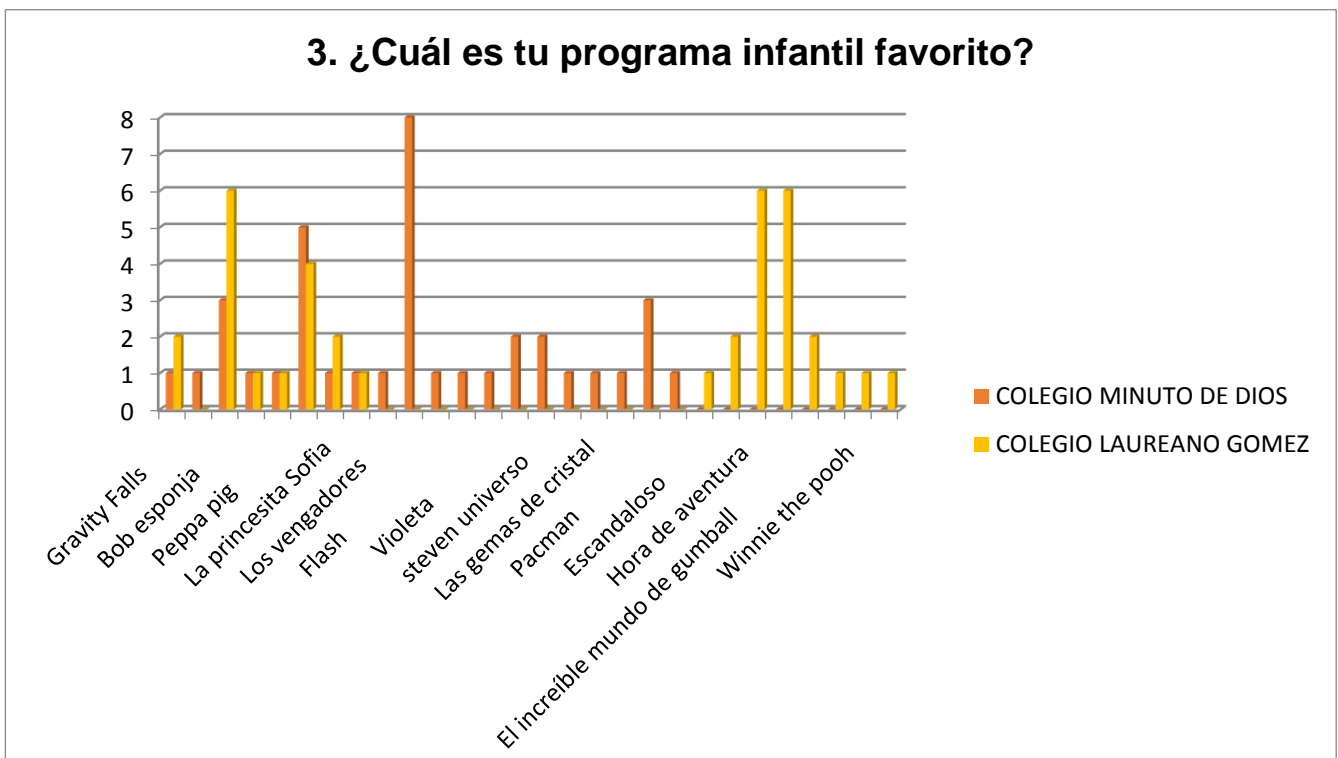
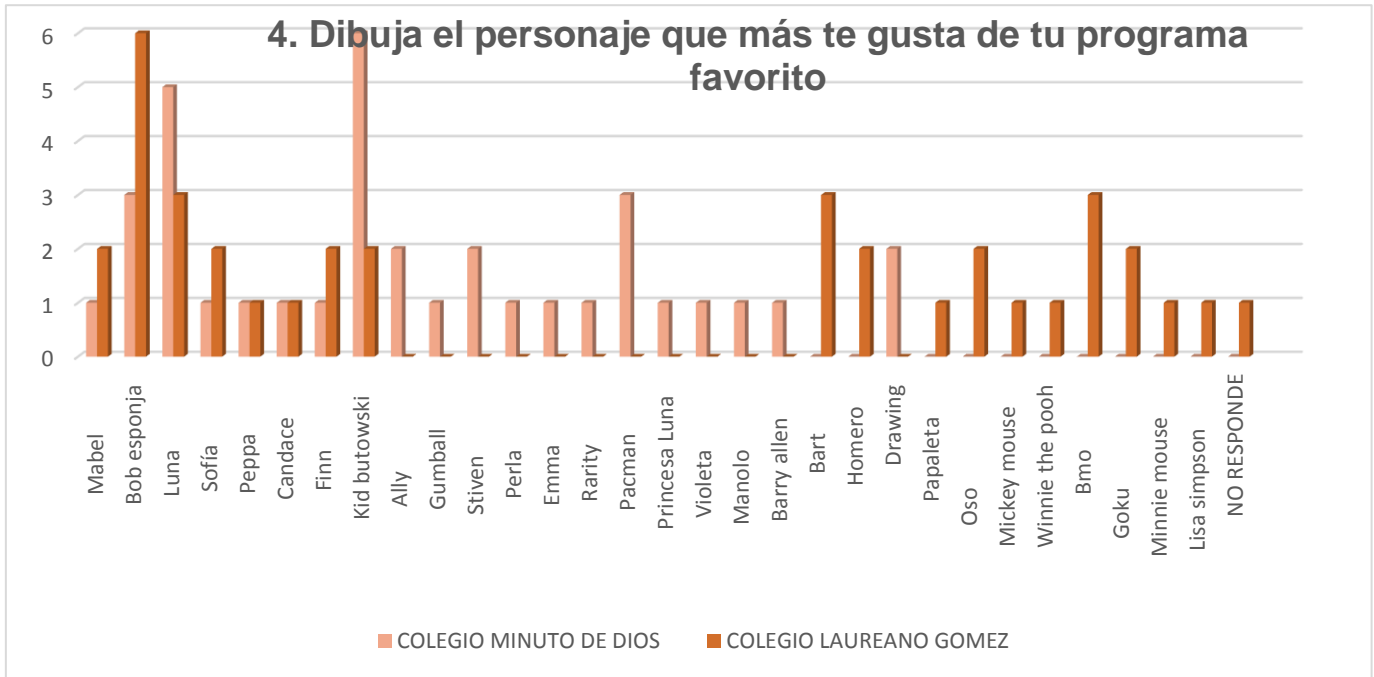
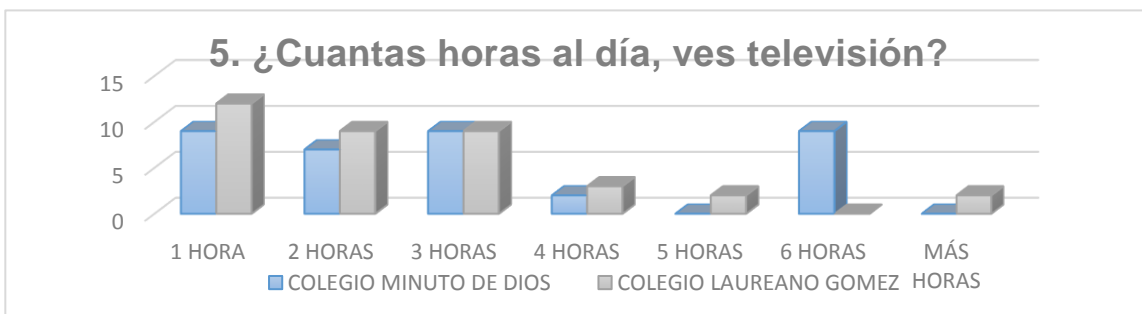


Grafico 10..Personaje favorito



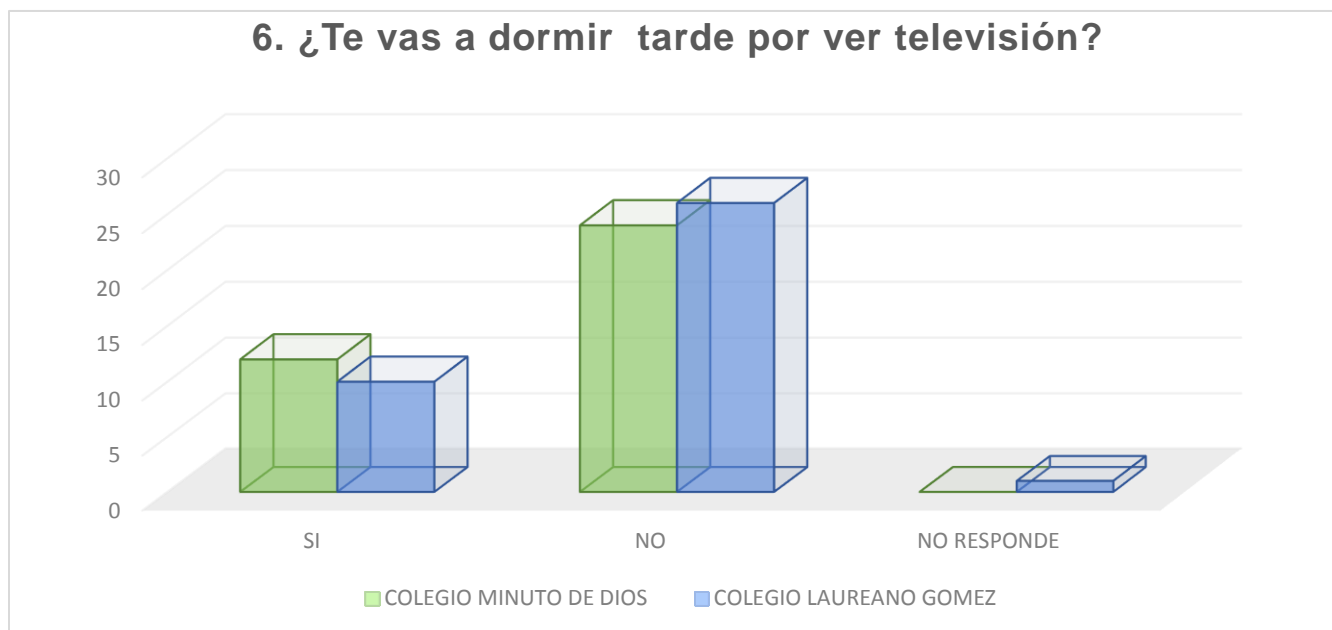
Las gráficas tres y cuatro que refieren los personajes, permiten analizar los contenidos y las expectativas sociales alrededor de los imaginarios de los programas televisivos y los gustos que demuestran que prefieren observar dibujos animados porque los divierten, les gusta y les agrada ver su animación y vistosidad. Por otra parte es válido exponer que en un amplio porcentaje, los personajes son de género masculino y están asociados a la aventura, el riesgo y la diversión, reforzando la construcción social de los roles del individuo junto a los juegos de agilidad, fuerza, competencia. De la misma manera les atrae porque se proyectan peleas, gritos y golpes que pueden imitar con sus compañeros en las horas de receso.

Grafico 12. ¿Cuántas horas ves tv?



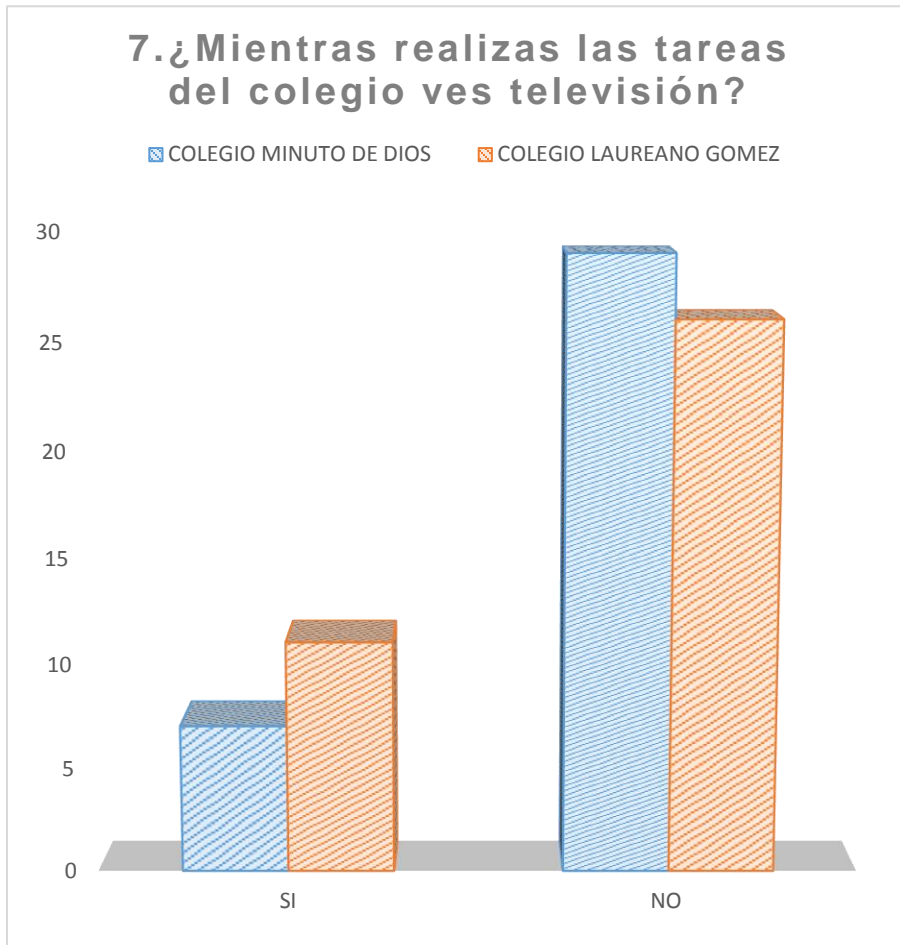
La frecuencia y el tiempo invertido como teleaudiencia es un eje trasversal de análisis, entendiendo que el hecho de generar una dependencia a modo de consumo, es parte del entramado social que refuerza estereotipos, creencias y procesos en la cotidianidad que se reproducen en los escenarios familiares y comunitarios (colegios y sitios de recreación). Entre más tiempo permanezca el niño frente a la televisión, será más difícil detectar y controlar los tipos de programas y canales preferidos. Cabe anotar que un niño después de ver televisión, es un individuo con nuevos pensamientos y comportamientos, relacionados con los de sus personajes favoritos.

Grafico 13. ¿Te vas a dormir tarde por ver tv?



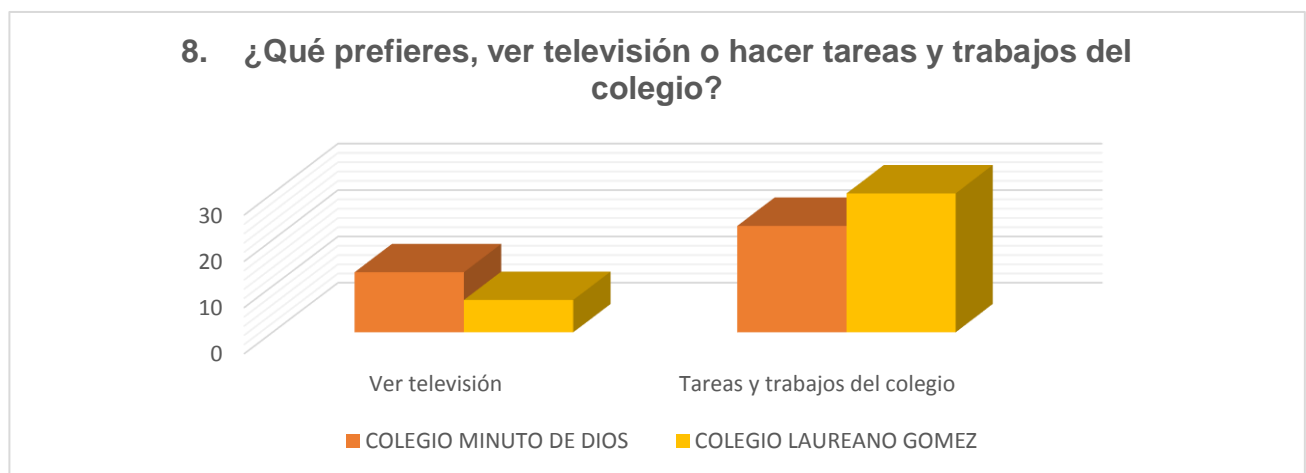
Este criterio permite evaluar un factor que afecta en el bajo rendimiento académico de los estudiantes, particularmente el hecho en sí mismo de no tener un control parental o un autocontrol sobre la televisión, es el primer paso para crear un apego social al consumo de televisión y se naturaliza la práctica en el marco de los espacios comunes entre los miembros del grupo social. Es importante resaltar que los niños no tienen la edad, ni el criterio para decidir cuánto tiempo y hasta que horas pueden ver televisión.

Grafica 14. ¿Mientras realizas las tareas del colegio ves tv?



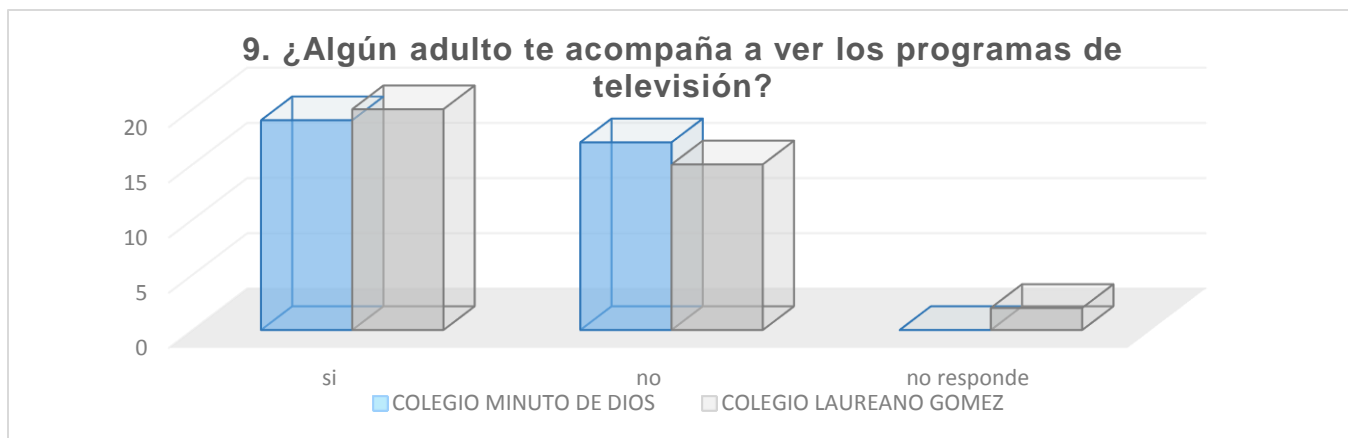
La atención dividida puede ser un elemento que trunca los procesos educativos, aunado a los tiempos y poco control por parte de los padres, en este caso; la televisión es un distractor que debe ser analizado, aunque en la gráfica se refleja que en su mayoría la población encuestada prioriza el estudio como una actividad importante en tanto no se complementan las actividades de consumo masivo de contenido digital y la elaboración de trabajos, talleres y tareas.

Grafica 15. ¿Prefieres ver tv o hacer tareas?



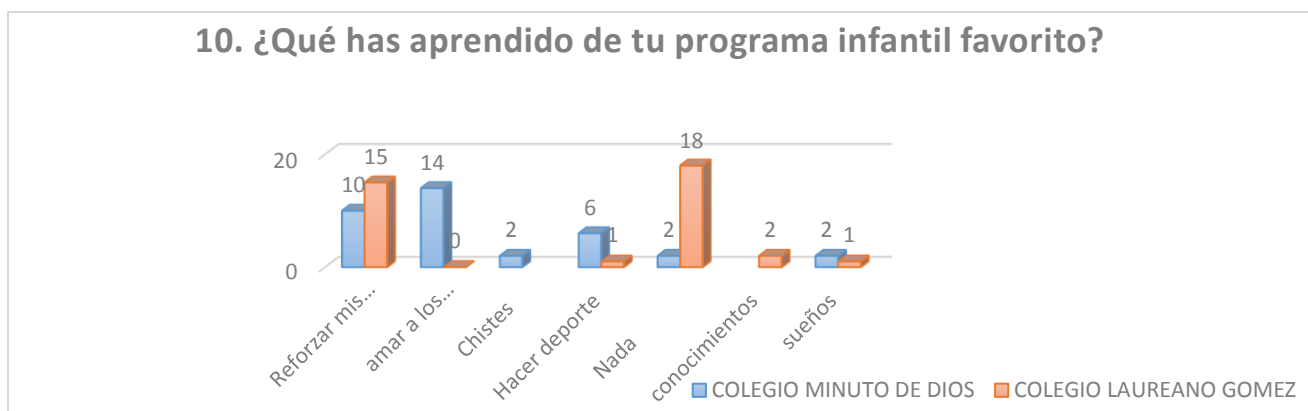
El compromiso por parte del estudiante y la responsabilidad de los padres no puede verse rezagada por la concepción de teleaudiencia que complementa la capacidad de consumo e intrínsecamente da cuenta del poco control que tienen los padres sobre sus hijos. La gráfica nos muestra que los niños aparentemente son responsables y tienen claro, cuáles son sus prioridades en cuanto a tiempo libre y tiempo de estudio. Pero no podemos alejarnos del poder de persuasión que tiene la televisión, atrayendo a los niños, presentándoles programas de interés creativo y llamativo que dejaran a los niños diferentes “enseñanzas”.

Grafica 16. ¿Algún adulto te acompaña a ver tv?



Según la gráfica, muchos de los niños observan television solos. Es preocupante que los padres o acudientes pierdan la responsabilidad frente a este ejercicio de acompañamiento a la hora de ver television. Como ya se habia mencionado, los niños necesitan del acompañamiento porque no son lo suficientemente responsables para ver cualquier tipo de programa sin ninguna retroalimentacion por parte de un adulto.

Grafica 17. ¿Qué has aprendido de tu programa?



Se debe tener en cuenta que los niños, en su mayoría, consideran que la televisión es un medio de aprendizaje, según las respuestas que dieron, en muchos casos necesitan de alguien que les oriente y explique diferencias entre lo real y lo imaginario.

Tabla 11. Análisis cuestionario padres de familia participante 1

ANALISIS DEL CUESTIONARIO APLICADO A PADRES DE FAMILIA	
PARTICIPANTE 1	
Preg. 1	La comunicación efectiva con la niña, indicando qué es bueno-malo y que aporta el programa.
Preg. 2	Si hay supervisión, pero no en todos los casos hay retroalimentación del mensaje.
Preg. 3	Si está definido porque hay programas con contenido de violencia y sexual.
Preg. 4	Por la conversación y guía que se le da a la niña cuando se observa un programa.
Preg. 5	Programas familiares, dibujos animados y que aporten un mensaje.
Preg. 6	Si, en algunas actitudes al verla cuando juega con otras niñas que influencia de forma egoísta, pero al detectarlo se cancela el programa.
Preg. 7	Sí, porque son influencia
Preg. 8	Sí, porque en determinados horarios hay niños compartiendo con la familia y existen escenas fuertes para ellos.
Preg. 9	A nivel personal excluyo programas o identifico cuales no son aptos para ella.
Preg. 10	Si.

PARTICIPANTE 1: En este caso se entrevisté que hay acompañamiento y a su vez hay comunicación ocasional, entre padres e hija sobre los programas infantiles, son conscientes de que realmente los diferentes programas que ve la niña, sí influyen en el comportamiento de sus actos. Controlan horarios e identificando programas que no aportan al buen desarrollo de su hija y pueden cambiar negativamente el comportamiento de la niña, especialmente cuando interactúa con otras niñas.

Tabla 12. Análisis cuestionario padres de familia participante 2.

PARTICIPANTE 2	
Preg. 1	Mostrándole y dando ejemplos de cuáles son los programas constructivos, que aportan creatividad y diversión.
Preg. 2	Si, generalmente estoy atenta a que programas ve, porque muchos de ellos pueden tener un lenguaje para adolescentes o adultos.
Preg. 3	Si, generalmente son infantiles o culturales porque con ello evito confusiones en su educación.
Preg. 4	Le explico que tanto los programas de tv, lectura y música deben tener aportes positivos en su vida.
Preg. 5	Muñecos animados, películas de comedia, los que contienen música y baile.
Preg. 6	Creo que influyen más en sus expresiones y gestos, sobre todo los de baile.
Preg. 7	Sí, soy consciente que pueden tener impactos positivos y negativos, dependiendo de cuales vea.
Preg. 8	Sí, realmente la programación nacional muestra mucha violencia, narcotráfico y dinero fácil, por tales motivos no son programación para niños.

Preg. 9	Es importante acudir al defensor del televidente y ser muy selectivo en los programas y horas en las que el niño mira tv.
Preg. 10	Sí, de hecho las escuelas de padres son espacios adecuados para ello y generalmente asistimos a ellas.

PARTICIPANTE 2: A pesar de que casi siempre hay retroalimentación y atención, entre madre e hija sobre los programas infantiles, es **consciente** de que realmente los diferentes programas que ve su hija, sí influyen negativamente o positivamente en sus actos, especialmente cuando se expresa “gestos”: Se reafirma lo violentos y estigmatizante que tienden a ser los programas de la televisión colombiana cuando se habla de narcotráfico y guerra.

Tabla 13. Análisis cuestionario padres de familia participante 3

PARTICIPANTE 3	
Preg. 1	Dialogando con ellos sobre los programas que ven, para sacar las cosas buenas y descalificar las malas.
Preg. 2	Sí, supervisamos lo que ella ve. Dialogamos con ella sobre lo que no debe ver, porque la televisión presenta demasiadas situaciones que desorientan a los niños.
Preg. 3	Sí, escogemos lo que ella debe ver, porque hay algunos programas que son para adultos y los presentan a cualquier hora.
Preg. 4	Mediante el dialogo e invitándola a ver programas de interés que nos aporten a todos cosas positivas.
Preg. 5	Programas infantiles como los Simpson y Soy Luna, el principal es Gravity falls.
Preg. 6	En el programa Soy Luna, mi hija canta sus canciones y quiere patinar.

Preg. 7	Sí, porque crean tendencia de la moda, el comportamiento y sus gustos.
Preg. 8	Si porque algunos programas infantiles extranjeros tienen muchos antivalores. Deberían hacer programas infantiles de nuestro propio país.
Preg. 9	Solo por la defensoría del televidente para que no presenten tantos programas en horarios para niños que son para adultos.
Preg. 10	Creemos que sí, ya que la televisión muchas veces perjudica a los niños en su rendimiento. Si participaríamos en las actividades.

PARTICIPANTE 3: En estos padres de familia a pesar que existe un dialogo frente a los programas que ve su hija, son conscientes que influyen en su comportamiento. A pesar de observar el daño que producen algunos programas de televisión, permiten que su hija vea sus programas favoritos, son conscientes que no hay programación infantil colombiana y que la extranjera puede traer mensajes en contra de los valores familiares.

Tabla 14. Análisis cuestionario padres de familia participante 4

PARTICIPANTE 4	
Preg. 1	Compartimos programas con ella y le explicamos que quieren decir ciertas cosas, por ejemplo los documentales de drogadicción.
Preg. 2	Claro que sí, porque ahora no importa la hora y los programas de televisión son de contenido fuerte para ella. Es por eso que hay un link especial para que ella vea su programación.
Preg. 3	Sí, ella ve sus programas en sus canales especiales para chicos y especialmente con papa comparte los de otro contenido.

Preg. 4	Con dialogo, explicándole que el internet y la televisión poco aportan a sus conocimientos.
Preg. 5	Programas de chicos y si se interesa mucho por muñequitos y juega en el computador, juegos de decoración y vestuario.
Preg. 6	No, para nada.
Preg. 7	Hay programas de niños fuertes como los Simpson para ella, esos programas no los ve.
Preg. 8	Claro. Porque influyen sus mentes, pero desafortunadamente eso no se cumple y por ejemplo esas novelas a cualquier hora.
Preg. 9	Pienso que lo único que como padres podemos hacer, es bloquear canales que no sean aptos para ellos.
Preg. 10	Por supuesto, participaríamos y sería importante para decirles que no todo eso es real.

PARTICIPANTE 4: como se puede observar, esta niña siempre está controlada frente a los programas que ve, pero sus padres aceptan que diferentes programas de televisión influyen las mentes de los niños. Son padres preocupados que utilizan los medios que están a su alcance para poder orientar a su hija sobre la programación que la niña ve.

Tabla 15. Análisis cuestionario padres de familia participante 5

PARTICIPANTE 5	
Preg. 1	Comentando los contenidos de los programas que se ven. Ayudarle a comprender las enseñanzas que se pueden sacar de los programas, especialmente culturales.
Preg. 2	No siempre superviso los programas que ve, pero en algunas oportunidades si supervisamos porque es importante asegurar que los niños no reciban contenidos no aptos,

	que puedan alterar negativamente su personalidad.
Preg. 3	Sí, porque nos interesa que los contenidos que reciba de la programación de tv no sean de carácter violento o de alto contenido sexual.
Preg. 4	Dialogando constantemente con ella, explicándole sobre cada contenido y dando ejemplo.
Preg. 5	Observamos que le gusta ver muñequitos y programas juveniles que cuentan la vida de niños y jóvenes.
Preg. 6	A veces si influyen sobre todo con la forma de expresarse.
Preg. 7	Sí, algunos de estos programas incitan la violencia y atentan contra los valores de la familia.
Preg. 8	Si me parece importante porque no siempre como padres y responsables de los niños podemos controlarlo todo.
Preg. 9	Participando e interactuando con los defensores del televidente.
Preg. 10	Me parece muy importante que las instituciones también intervengan y así trabajar conjuntamente. Por supuesto que sí participaría.

PARTICIPANTE 5: en este caso, el niño es supervisado en algunas ocasiones y sus padres son conscientes que la televisión influye en su manera de expresarse atentando con las buenas costumbres de la familia. Tienen claro que legalmente hay derechos que les permiten defender y corregir lo que la televisión muestra a su hijo.

Tabla 16. Análisis cuestionario padres de familia participante 6

PARTICIPANTE 6	
Preg.1	Acompañándolo en momentos de ver televisión y explicando con ejemplos las situaciones que se presentan en la vida, que puede tomar como positivo o que no debe tomar con ejemplos negativos.
Preg. 2	No totalmente, compartimos momentos de ver televisión en familia (algunas novelas, noticias, deportes y películas).
Preg. 3	No totalmente, ven canales infantiles como Disney, Cartoon, Nickelodeon y Discovery Kids.
Preg. 4	Mostrando interés en temas científicos e históricos (History chanel, Natgeo).
Preg. 5	Dibujos, aventura, deportes y misterio.
Preg. 6	En los juegos utiliza momentos que ve en la WWE (lucha) y deportes como en el futbol, jugadores como Cristiano, Rober y Rooney.
Preg. 7	No, en los espacios que estamos en familia poca televisión se ve; en los momentos de ocio de ellos ven televisión.
Preg. 8	Es importante que exista un filtro de calidad en la programación infantil.
Preg. 9	Aportando explicaciones a las situaciones que se ven en la tv o comunicándose con el defensor del televidente.
Preg. 10	Si es importante y no solo la tv, sino otros medios tecnológicos que son fuente de información para nuestros hijos y si participaría.

PATICIPANTE 6: Los padres de este niño comentan que no siempre realizan el acompañamiento al momento de seleccionar los programas que ven sus niños. Comentan que al momento del juego sacan comportamientos de los diferentes programas que más les gusta (los nombra). Son conscientes y reconocen la falta de acompañamiento a su hijo a la hora de ver televisión, por ende se evidencia el efecto que esta causa en su comportamiento.

Tabla 17. Análisis cuestionario padres de familia participante 7

PARTICIPANTE 7	
Preg. 1	Explicándole que en la tv la mayoría de temas que podemos observar son alterados y alejados de la realidad y que debe ser objetivo y aportar sentido común.
Preg. 2	En realidad de la vida actual, mamá y papá trabajan en su mayoría de tiempo y es complicado supervisar al 100%, solo lo hacemos cuando estamos presentes.
Preg. 3	Sí, se ha definido que él vea programas que le aporten social y culturalmente en su vida.
Preg. 4	Hacemos que él comprenda que hay programas que le generan conocimientos que el mismo puede notar.
Preg. 5	Caricaturas, películas de acción-aventura.
Preg. 6	Si, en los comportamientos que se le notan cuando lleva a cabo juegos con amigos.
Preg. 7	Sí, algunos programas generan malas conductas como, groserías, agresiones y comportamiento inadecuado.
Preg. 8	Sí, ya que como padres no podemos estar pendientes siempre, el estado debería no permitir salir al aire programas inadecuados para niños.
Preg. 9	Pensamos que debemos estar junto a ellos la cantidad de tiempo posible para enterarnos

	que ven y denunciar lo que no es conveniente.
Preg. 10	Si deberían tocar este tipo de temas, ya que son fundamentales para el desarrollo óptimo de los niños y si participaríamos.

PARTICIPANTE 7: estos padres son conscientes que el acompañamiento es cuando se tiene el tiempo para los niños, por lo que en ocasiones se evidencian diferentes comportamientos al momento de jugar con sus amigos como malas conductas, groserías y agresiones. Creen que deben estar junto a su hijo el mayor tiempo posible para saber qué ven y denunciar ante las autoridades competentes lo que no es conveniente en la franja infantil.

Tabla 18. Análisis cuestionario padres de familia participante 8

PARTICIPANTE 8	
Preg. 1	Que no imite situaciones y actitudes que le perjudiquen su comportamiento, de los personajes de los programas que ve.
Preg. 2	A veces. Dialogamos con él sobre el contenido de los programas que ve.
Preg. 3	Si. Programas de interés cultural pero no le gusta de a mucho. En ocasiones ve Discovery Chanel y Nat Geo.
Preg. 4	Hablándole y mostrándole la importancia de aprender cosas útiles para su vida.
Preg. 5	Programas de muñequitos, lucha, paranormales, comedia.
Preg. 6	Sí, imitan situaciones y comportamientos que ven como gritos, hacer maromas.
Preg. 7	Sí, que se vuelvan agresivos y tienen mal comportamiento.

Preg. 8	Sí, porque si se seleccionan buenos programas se puede sacar una juventud más sana, respetuosa.
Preg. 9	Es casi imposible ya que no está a nuestro alcance solicitar que les pongan programas acordes al desarrollo de su personalidad.
Preg. 10	Claro que sí.

PARTICIPANTE 8: En este caso desde el inicio de la encuesta, estos padres aceptan que sus hijos son influenciados por los programas de tv que ven. Aclaran que el dialogo y el acompañamiento sobre estos programas, se realiza a veces. Se evidencia imitación a los personajes de la tv, en sus comportamientos. Se intuye la falta de acompañamiento y el convencimiento que tienen al no poder defender a su hijo ante este medio de comunicación.

Tabla 19. Análisis cuestionario padres de familia participante 9.

PARTICIPANTE 9	
Preg. 1	Dándole la suficiente confianza y participando activamente con él, en el desarrollo del mismo.
Preg. 2	Sí, porque es importante verificar que clase de información recibe.
Preg. 3	Sí, porque no toda la programación tiene contenido apropiado para los niños.
Preg. 4	Compartiendo con él y diciéndole de que trata el programa.
Preg. 5	El niño presenta interés por programas científicos, médicos, cómicos y dibujos animados.
Preg. 6	Si es influenciado, ya que pone en práctica algunas cosas que pasan en el programa como saltos, bromas, etc.

Preg. 7	Sí, el impacto que producen estos programas es de carácter educativo y social para algunos.
Preg. 8	Si es importante su regulación porque a través de las diferentes entidades se debe escoger la programación infantil.
Preg. 9	Acompañándolo a ver la televisión y aclarándole todas las dudas que se le presenten durante la emisión del programa.
Preg. 10	Si deberían tocarlo pero no como materia si no como un taller de guía y orientación. Si participaría.

PARTICIPANTE 9: los padres de este niño comentan que a pesar de la confianza y el dialogo frente a los programas, se refleja la influencia de estos, en sus comportamientos. Son conscientes que no toda la programación tiene contenido apropiado para los niños y existe entre padres e hijo una clara retroalimentación.

Tabla 20. Análisis cuestionario padres de familia participante 10

PARTICIPANTE 10	
Preg. 1	Dialogar sobre el tema del programa que este viendo, hacerle preguntas, que ha entendido y como y que le parece lo que sucede en el programa.
Preg. 2	Si. Para su formación personal es necesario que sepa y a la vez entienda que no todo lo que ve en televisión es cierto.
Preg. 3	Si. Existen programas en horario familiar que por su contenido y la edad que tiene no entiende porque suceden algunas situaciones.
Preg. 4	Explicándole que enseñanzas buenas para su vida y conocimiento le pueden dejar algunos

	programas.
Preg. 5	Los gustos son como los de todos los niños, dibujos animados, programas infantiles y juveniles.
Preg. 6	Sí, algunas veces hiperactividad y comportamientos agresivos.
Preg. 7	Si, existen programas infantiles-dibujos animados que tienen escenas violentas donde el menor sino se le explica puede creer que esto es normal.
Preg. 8	Sí, es necesario que una autoridad este pendiente sobre los distintos contenidos de estos programas, ya que algunos traen información no apta para menores (sexo y violencia).
Preg. 9	No se puede, ya que los contenidos son regulados por el gobierno y no hay escenarios en donde los padres puedan opinar estos contenidos.
Preg. 10	No. Las instituciones escolares están para impartir educación, aprendizaje de las distintas materias del pensum-plan de estudios.

PARTICIPANTE 10: son padres que están siempre con el niño, dialogando acerca de los programas ya que la mamá se ocupa de la casa, pero aun así el niño después de ver tv, muestra momentos de hiperactividad y comportamiento agresivo. Dialogan sobre el tema del programa que este viendo, le hacen preguntas, aclarándole dudas sobre lo visto.

Tabla 21. Análisis cuestionario padres de familia participante 11.

PARTICIPANTE 11	
Preg. 1	Socializando las diferentes temáticas que sean aptas o no en cada programa que el niño ve.
Preg. 2	Sí. Porque es fundamental conocer los beneficios y perjuicios que aporta cada programa.
Preg. 3	Si. Porque el niño debe ver programación acorde a su edad y los valores propios en el

	hogar.
Preg. 4	Generando una reflexión sobre los valores infundidos en los programas y su coherencia con los del hogar.
Preg. 5	Programación infantil de superhéroes pero también investigación y documentación.
Preg. 6	Si, sobre todo en los niños siempre se verán influenciados por lo que observan; específicamente la sensación de capacidades físicas superiores.
Preg. 7	El impacto puede ser positivo o negativo, puede ser positivo porque algunos incentivan la creatividad como artattack. Pero otro puede ir en contra de valores, por eso debe ser acompañado por un adulto.
Preg. 8	Es fundamental la regulación porque los procesos de crecimiento psicológico de cada niño son afectados por lo que ve.
Preg. 9	Involucrándose o escribiendo a las cadenas que transmiten la programación para retroalimentar lo observado.
Preg. 10	Si. El colegio y los padres deberían socializar pro y contras de los contenidos y estrategias para abordar con los niños. Estaríamos dispuestos a colaborar.

PARTICIPANTE 11: en este caso se evidencian padres conscientes, de que los programas de tv influyen tanto positivamente como negativamente en el comportamiento de los niños.

Tabla 22. Análisis cuestionario padres de familia participante 12.

PARTICIPANTE 12	
Preg. 1	Eligiendo la programación adecuada para el niño (a) según su edad, orientándolos sobre las dudas que tengan.
Preg. 2	Si, se supervisa mirando los programas que sean adecuados y evitando aquellos programas que dan enseñanzas erróneas.

Preg. 3	Sí, porque en esa edad los niños se dejan influenciar por programas poco educativos.
Preg. 4	Orientando para ver que programas fortalecen su nivel cultural.
Preg. 5	Se dejan influenciar por programas de súper héroes y princesas.
Preg. 6	Si se dejan influenciar por programas que van en detrimento con el ser humano.
Preg. 7	Si porque hay programas que incitan a la desobediencia, grosería, incluso a las drogas y alcohol.
Preg. 8	Sí, porque si no hubiera supervisión en los programas, los canales solo se guiarían por el raiting.
Preg. 9	Eligiendo los programas y bloqueando los no adecuados.
Preg. 10	Sí, siempre y cuando sea en horarios no laborales.

PARTICIPANTE 12: Se evidencian padres que aceptan que los programas de tv influyen negativamente en el comportamiento de su hijo a pesar que se realiza una orientación en la elección de los programas. Consideran importante elegir los programas que puede ver su hijo y bloquear los no adecuados.

Tabla 23. Análisis entrevista a experto

ENTREVISTA	
Germán Muñoz González Doctor en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud Especialista En Comunicación y Educación	
¿Cuáles son las características más comunes que usted ha encontrado al momento de realizar sus estudios sobre audiencias infantiles?	<p>Las investigaciones sobre recepción de medios no se pueden pensar en términos generales, sino que tienen en cada segmento de población, formas propias. La audiencia no es homogénea y la forma en que actúa cada audiencia tiene que ser investigada con características propias.</p> <p>Si se investiga una audiencia de tercera edad, es una audiencia absolutamente diferente a la de los niños. Incluso se podrían hacer diferencias entre audiencias de niños hombres y de niñas mujeres, tienen diferencias, hay diferencias entre segmentos de población, de clases, de territorios y culturas diferentes; cada una de estas diferencias queda marcada como una característica. Es decir la investigación en este tema requiere una característica central, plantear lo diferencial, en este caso, población infantil del siglo XXI.</p>
Teniendo en cuenta el tema de comunicación – educación ¿cuál será la tendencia actual en el caso de las audiencias infantiles?	<p>Cuando nos referimos a televisión en particular el tema de comunicación educación ha tenido una fuerte tendencia a investigar nuevas tecnologías, en el siglo XXI la mayor cantidad de investigaciones sobre Televidencias, como las hechas por Guillermo Orozco y de algunos especialistas en televisión como Ceneca en Chile, Escolaria, Inés Dussel etc., han marcado el acento en nuevas tecnologías y todo lo que implica el paso a trasmediaciones e hipermediaciones. Una de las maneras de entender comunicación - educación es entender comunicación – educación –tecnología y la relación con tecnología es muy fuerte en ese campo.</p> <p>En Uniminuto nos basamos en cibercultura no en tecnología, una opción son los usos de la tecnología por parte de poblaciones diferenciadas de manera que se puede hablar de informática comunitaria que esta por explorar.</p> <p>Cuando pasamos al tema de informática comunitaria estamos en un lugar diferente al de nuevas tecnologías por que esta se refiere a los aparatos, a las técnicas, a los contenidos; Cuando hablamos de cibercultura critica comunitaria, el acento esta en las personas, en las comunidades en las experiencias, lo que realmente nos interesa es que hace la gente con la tecnología.</p>
¿Es posible evidenciar diferentes interpretaciones de los contenidos por parte de las audiencias infantiles cuando al género se refiere?	<p>Si, los consumos se encuentran diferenciados en todas las variables, edades, sexo, culturas etc. Las diferencias de edades marca consumos distintos, en una franja distinta de 7 a 9 años o de 5 a</p>

7 años uno podría decir que hay generaciones distintas, no se puede hablar de infancia sino de infancias, si encontramos niños que viven en territorios de conflicto armado no pueden consumir lo mismo que niños que viven en lugares donde no es tan fuerte el conflicto armado, el nivel educativo también cambia las audiencias, los niños no consumen lo que les ofrecen, los niños consumen lo que les interesa, no consumen todo lo que está en el espacio audiovisual sino particularmente programas, segmentos que les gustan, estos es nuevo. Hay muchos emisores para muchos receptores activos.

¿Cómo se proyecta la realidad social de Colombia a través de la programación que emite la televisión y llega a nuestros niños?

En la oferta televisiva que hay en Colombia refiriéndonos a los canales privados comerciales, no hay planteamiento de realidad social, lo que hay es mentira o engaño social y hay énfasis en un pedazo muy pequeño de esa realidad, pero no se puede pensar que es la realidad, encontramos por ejemplo el narcotráfico y la violencia, eso deforma las audiencias y les hace pensar que la realidad es naturalmente violenta, naturalmente permeada por este tipo de estructuras de poder por un lado, pero sobre todo estructuras de delincuencia.

En los canales públicos hay otro tipo de ofertas: miramos señal Colombia, las televisiones comunitarias, los Canales regionales, aunque la producción local es poca, vemos que hay programas que muestran un poquito más de la realidad social.

Lo que si podemos decir es que la oferta audiovisual, la que aparece en pantallas es mucho más amplia y variada; por un lado se encuentra más en los canales que no son canales propiamente dichos, son espacios de representación audiovisual de internet, allí hay una variedad más grande, incluyendo los youtuber, los canales internacionales, la música, los canales de cine hay una oferta mayor que muestra ciertos aspectos de la realidad social, pero los niños y jóvenes tienen acceso muy limitado, no es frecuente que tengan acceso diversificado que les permita hacerse una idea bien hecha y clara de la realidad social.

¿Cuáles son los usos que cotidianamente dan los niños a la televisión?

Lo que yo he visto recientemente es que los niños no ven tanta televisión, cada vez ven menos, ellos miran netflix, internet y en estos canales músicas, videos, youtubers, no les interesa ver televisión esto es reciente, los niños y los jóvenes han desertado de este espacio porque está hecho para adultos y para ciertos fines ideológicos muy claros, a los niños les interesa más un espacio audiovisual amplio que tenga ofertas específicas propias de sus intereses, esto varía según el estrato social, los que tienen menos posibilidades económicas deben ver lo que hay, pero no hay mucho de donde escoger. Los canales infantiles no les interesan porque son hechos para niños tontos, pero como no son tontos, no les interesan.

¿Qué prácticas educativas encontramos en la televisión infantil?

No existe una televisión infantil, ¿Qué es televisión infantil?; la que hacen para niños, que no ven los niños o donde salen niños; la televisión infantil en televisión hecha por niños, es muy

escasa, en Europa existe pero en Colombia no existe, la televisión infantil yo la llamo así, si es hecha desde el punto de vista infantil y esa en nuestro medio, no existe, es hecha desde el punto de vista de los adultos, por esto es difícil decir educativo de algo que no existe.

¿Qué piensa usted de la regulación de la televisión infantil en Colombia?

Como no existe televisión infantil, no hay regulación, pero de hecho existe una regulación para la televisión en general en donde hay una cantidad de artículos donde hablan de horario, pero son hechas por el miedo de los adultos de que los niños entren en los espacios de adultos, porque en esos espacios hay escenas de sexo y de violencia pero realmente eso es lo que le gusta a los niños. Está regulado que los niños no vean televisión a cierta hora pero existen computadores, tabletas, no existe franja de horario, la regulación es obsoleta.

Análisis Socio-comunicacional sobre la entrevista a **Germán Muñoz González**

Es preciso dar cuenta de forma integral de la comunicación como proceso y en el marco de la fundación teórico-conceptual que representan las teleaudiencias. En un primer momento, se expone de forma tácita como los actores sociales en su mayoría niños y jóvenes, tienen una referenciación sobre la elección de consumo, es decir, son preferentes en términos de los intereses que rodean la televisión y sus configuraciones; a su vez, las herramientas tecnológicas han incrementado y facilitado dichos procesos.

Se ha abordado el tema de intermediación e hipermediación desde un análisis comunicativo que refiere un trabajo anterior de grandes pensadores; para ello, es fundamental rescatar de forma fáctica la importancia de la educación en la comunicación, es decir desde criterios pedagógicos como se ha construido en la escuela las formas de interacción que han dado paso a la construcción de relaciones sociales pensadas con otros. La emergencia de la tecnología potencio formativamente los procesos gestados alrededor de la comunicación. Frente a ello, se ha gestado la informática comunicativa y comunitaria, vertientes que permiten entender los procesos comunicacionales en experiencias sociales.

Los contenidos multimedia son perceptibles según sexo, edad, cultura y demás, por ejemplo las franjas infantiles se realizan en horarios de consumo mayor por parte de niños/as; a su vez están

muestra diferenciación no solamente en edades sino en gustos e intereses, nivel educativo y el criterio del contexto es transversal e incide de forma diferencial a los sujetos.

Particularmente en la realidad colombiana se evidencia que el trabajo enfocado en las audiencias, de forma rigurosa en la cual se educa con base al engaño, lo cual crea imaginarios de percepciones negativas, a su vez se da centra de una realidad permeada por violencias y estructuras sociales que exponen un paradigma de alienación logrando de alguna manera manifestar el poderío (comunicacional y audiovisual) de las grandes cadenas informativas.

Las cadenas independientes y dan a conocer una realidad más consecuente que permite en primera potenciar los procesos comunicativos públicos y disminuir el sesgo ideológico de los programas. Aunque los contenidos en diferente medida se ha masificado por los medios tecnológicos (youtube, twitter, Facebook) rompiendo con las formas tradicionales de dar a conocer las realidades.

Se plantea que la televisión infantil no existe por lo menos en el país, ya que de cierta manera debe contar con contenidos educativos amplios y con ofertas que sean visibles en todo tipo de contextos, y, de alguna u otra manera la televisión se ha enfocado en adultos y demás, difuminando informaciones base para los niños y niñas. Sumado a ello, la regulación vigente no permite más allá de lo informativo el respeto con los horarios, y de alguna manera las herramientas tecnológicas permiten que los niños accedan a cualquier tipo de contenido, siendo obsoleto la regulación por franjas.

Grupo focal

El objetivo ha sido conocer las opiniones de los niños de 8 y 9 años de edad sobre la televisión, los aportes que desde su propia perspectiva consideran reciben de la televisión.

Para la realización se necesitó:

- **Desarrollar las preguntas:** que fueran adecuadas para la fácil comprensión de los niños.
- **Preparación:** porque se debe tener en cuenta, que el manejo de cámaras produce en los niños temor o pena al momento de responder, por eso hay que familiarizarse con los niños para producir en ellos tranquilidad.
- **Aplicación:** Se aplica la entrevista en el salón de clases a los niños que hacen parte del grupo focal y se les da libertad de expresarse en el momento que ellos consideren necesario. Si bien el grupo focal de niños es pequeño, este presentó resultados suficientemente amplios para el análisis posterior de los intereses de los niños.
- **Transcripción:** Transcribir una entrevista es pasar al computador la información entregada por cada uno de los niños pertenecientes al grupo focal.

Tabla 24. Análisis entrevista grupo focal.

ENTREVISTA GRUPO FOCAL DE NIÑOS Y NIÑAS DEL COLEGIO EL MINUTO DE DIOS
<p>¿Porque les gusta ver televisión?</p> <p>Por qué nos entretiene un buen rato. Algunos programas pueden ser como de aprender o de juego, yo me he visto unos programas que se llaman discovery, animal planet, como preguntas, es como adivinar y nos dan segundos, son muy entretenidos. Son muy entretenidos, los que son de juegos o de amistades le dejan a uno enseñanzas.</p> <p>Eso entretiene a las personas. Nos deja una enseñanza por ejemplo algunos programas son malos y uno tiene que aprender a no hacer eso.</p>

¿Ven televisión solos o acompañados y que tanto tiempo duran frente a la televisión?

Veo televisión con mi familia y duro una hora y media todos los días viéndola.

Yo a veces veo televisión solo, a veces con mi familia, con mi mamá y yo duro por ahí una hora y media.

Yo veo televisión solo o a veces con mi familia y paso toda la tarde frente al televisor.

Yo veo televisión sola, duro desde que llego hasta las ocho viendo televisión.

Yo veo televisión algunas veces con mi hermano, algunas veces con mi familia, algunas veces solo duro toda la tarde, hasta las ocho.

Yo duro desde la mañana hasta la noche, veo con mi familia, yo solo, con mi hermano, con mis primos y con unas amigas de mi mamá y de mi papá.

¿Han aprendido cosas cuando ven esos programas que tanto les gustan?

Yo he aprendido cosas buenas, respetar al docente, los compañeros, respetar a todo el mundo, no dañar la naturaleza, por ejemplo no hacer guerra, las cosas malas pelear, decir groserías, dañar el medio ambiente y maltratar a los animales.

Cosas negativas que he logrado reflexionar con esos programas que veo, yo a veces digo groserías que no debo decir, esos programas me hacen reflexionar.

Las cosas positivas que tienen es que nos enseñan a respetar, aprender a valorar lo que tenemos y las negativas dicen groserías, hay violencia y hay negatividad de una amistad que se rompe.

Las cosas positivas es como ser bueno con los demás y ser respetuosos con todas las personas del mundo, las cosas negativas es pegarle a los demás y a los otros compañeros.

Positivas no pegarle a los compañeros y no decir groserías.

Ser respetuoso, amistoso y negativas es decir groserías, no pegarle a los compañeros, no maltratar la naturaleza, ni los animales.

¿La culpa de sus malos comportamientos creen que son de los programas?

De los comportamientos malos, La culpa no es de los programas porque nosotros lo vemos y lo podemos hacer o no, es nuestra culpa.

No es la culpa de los programas porque es verdad que nosotros los vemos pero decidimos si los hacemos o no.

Los programas no tienen la culpa porque nosotros ya sabemos que podemos decir o no.

Los programas no tienen la culpa, porque nosotros decidimos si lo hacemos o no.

Unas veces si tienen la culpa porque ellos nos enseñan para que lo hagamos.

¿Qué es lo que más les llama la atención de los programas que ven en televisión?

Que a veces dan enseñanzas buenas y otros a veces enseñan violencia.

Pues a mí me gusta porque nos hacen reír y nos dan enseñanzas que sirven para la vida, que

podemos aprender de algunos programas.
Las cosas nuevas que aprendemos y las moralejas nos hacen dar gracias a los muñecos.
Porque algunas veces te pueden enseñar cosas más avanzadas para tu edad y muy útiles en tu vida.
Algunos enseñan guerra, otra paz y dejan moralejas.

¿Qué género de programa les gusta ver más?

Programas infantiles

Me gustan mucho de animales, puedo ver de naturaleza, ver como son, si ellos nos harían daño o no.

Los de expedición porque aprendemos de la naturaleza y como sobrevivir en algún caso.

De ficción, aunque muchas teorías no son reales, pueden ser muy interesantes, pueden llevar acabo muchas teorías.

También ficción porque tienen fantasías, podemos llevar más lejos nuestra imaginación.

¿Qué canal de televisión te gusta más?

Cartoon network: Porque allí muestran diferentes muñequitos y son divertidos.

Boomerang tv: porque aparecen unos muñequitos que me gustan mucho y son Tom y Jerry.

Cartoon network: Porque hay programas con animación y moraleja.

Yo no veo programas, yo veo es netflix porque tiene variedad de géneros.

¿Si ustedes fueran los creadores de un programa para niños, como lo harían?

Yo lo haría sin violencia y les enseñaría que todos tenemos diferencias, no hay que odiar a los demás por sus diferentes razas.

Yo haría reír a los niños, enseñaría a compartir con los demás y a tratarnos mejor.

Yo haría un anime que ayude a no generar violencia por golpes o verbalmente.

Yo haría un programa donde haya una visualización profunda sobre los planetas y sobre cómo surgió el universo.

Los niños y niñas están expuestos a constantes mensajes de violencia debido a la programación que ven a diario. A pesar que los niños están convencidos que saben elegir entre lo bueno y lo malo, la realidad es otra, aun son personitas sin la suficiente madurez para determinar estas diferencias, puesto que para ellos es algo natural. Sin olvidar que la programación televisiva no tiene en cuenta la edad de los de los niños, emitiendo programas con poco contenido educativo. Teniendo en cuenta las respuestas de los niños, los modelos de

programación que ven constantemente influyen en su vida cotidiana: en su relación e interacción en diferentes contextos como la familia y el colegio.

Diarios de campo

A continuación se presentan algunos análisis de diferentes situaciones obtenidas a través del trabajo de campo.

Gráfico 18. Diario de campo 1.

DIARIO DE CAMPO	
FECHA: septiembre -octubre	
LUGAR: Colegio El Minuto de Dios.	
TEMA: Comunicación e interacción entre los niños y niñas fuera del Aula.	
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.
<p>Los niños y niñas durante la hora de descanso no paran de jugar; imitan sus personajes favoritos de diferentes programas de televisión.</p> <p>Se evidencian juegos bruscos y fuertes entre los hombres, y entre hombres y niñas, dándose patadas, puños y utilizan palabras fuertes entre ellos mismos. Terminado el descanso olvidan sus diferencias en el juego y retoman sus quehaceres académicos dentro del aula.</p> <p>Se realiza llamado de atención por su profesora de educación física por los juegos bruscos, pero ellos consideran que es algo normal y sin trascendencia.</p>	<p>El conocimiento de estos programas lo hacen a través de la televisión, observando que los programas son violentos y los niños imitan estos comportamientos que consideran inofensivos y que son solo un juego.</p>

Gráfico 19. Diario de campo 2.

DIARIO DE CAMPO	
FECHA: Febrero,2017	
LUGAR: Colegio El Minuto de Dios.	
TEMA: Obra de teatro.	
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.
<p>Los estudiantes en la clase de español, deben realizar una obra de teatro sobre el respeto por los bienes públicos.</p> <p>Varios grupos de niños y niñas utilizaron para sus representaciones, sus personajes favoritos de los programas de tv, la mayoría de las representaciones eran fantásticas, donde cada personaje solucionaba los problemas de destrucción de los bienes públicos, caracterizados con efectos mágicos donde se evidencian diálogos con palabras poco reales.</p>	<p>Los niños y niñas confunden la realidad con la fantasía. No logran comprender ni representar la realidad de nuestra cultura ciudadana.</p>

Gráfico 20. Diario de campo 3.

DIARIO DE CAMPO	
FECHA : Marzo 2017	
LUGAR: Colegio El Minuto de Dios.	
TEMA : Hora salida del colegio	
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.
<p>Siendo las 3:30 p.m. suena el timbre para la salida de los estudiantes hacia sus hogares, y se observa que en sus maletas se encuentran algunos muñecos, máscaras,</p>	<p>Una vez más se evidencia la fantasía en la que viven los niños, ellos creen que estos</p>

cartas y demás juguetes, algunos hechos por ellos mismos, los cuales representan sus personajes favoritos, los cuales le transmiten seguridad y poder ante los demás compañeros. Las niñas no dejan sus princesas junto a sus roles fantásticos, demostrando en muchos casos ternura y soñando con su príncipe azul.	objetos les producen poder y son superiores a los demás. Sin ningún caracterización real.
--	---

Gráfico 21. Diario de campo 4.

DIARIO DE CAMPO	
FECHA : Abril 2017	
LUGAR: Colegio El Minuto de Dios.	
TEMA: Clase de Matemáticas.	
DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.
<p>Lo estudiantes deben crear un problema donde apliquen las operaciones básicas. Se observa que los problemas de muchos de los niños son basados en fantasías, se les pregunta que de donde salieron esas ideas para crear su problema y dicen que de los programas de televisión que ven por las tardes, consideran que algunos les generan conocimientos.</p> <p>Ejemplo</p> <p><i>Ayer Bart Simpson compró una camiseta de \$88 con un estampado de kid butowski y una Maleta de 120 pesos, pero le hicieron un descuento y, en total fueron 35 pesos. ¿Cuánto descuento le hicieron a Bart Simpson?</i></p>	<p>Los estudiantes utilizan lo aprendido de sus programas favoritos en cualquier contexto que les proponga crear. Sin embargo se les dificulta construir y relacionar temas de la realidad y su cotidianidad.</p>

Sistematización de la información obtenida por fuentes de prensa

Tabla 25. Sistematización de la información de periódicos

Fuente: El Tiempo

Fecha: 12 de Abril 2005

Nombre de la noticia: Franjas infantiles, desplazadas a tv paga³.

Autor/a/es: Valerio Fuenzalida

Ideas principales

-El desplazamiento de la audiencia infantil desde la tv abierta hacia los canales de cable y de los programas infantiles a los canales especializados para ese público.

- La manera de hacer programas para niños ha cambiado. Hay un agotamiento del esquema donde un adulto era encargado de conducir el programa televisivo infantil. Los programas que más disfrutaban los niños hoy, son programas en los que ese esquema ha sido superado.

- La creencia de que los niños ven nada más que espacios creados para ellos es equivocada. Sabemos que ven toda clase de programas; en muchos países, la cantidad de producciones para la familia o adultos vistos por los niños en la tv abierta llega a un 70 o 75 por ciento de su consumo. Por tanto, no basta con hacer mejores programas infantiles: el hogar y la escuela tienen que asumir esta realidad y la prohibición no es el camino eficiente. La idea de tener franjas de programación es una manera que no responde a los cambios en los visionados infantiles. Por lo tanto, una buena programación no es sinónimo de exigirle a los canales una franja infantil de tal a tal hora. Es mucho más que eso.

³ Tomado de Son de Tambora 99 (www.comminit.com/la/drum_beat.html), de La iniciativa de Comunicación. Consultado: 03 de Marzo de 2017

Tabla 26.Sistematización de la información de periódicos.

Fuente: Noticias en la mira (México)

Fecha: 27 de Noviembre 2015

Nombre de la noticia: Los niños y la televisión: una perspectiva diferente⁴

Autor/a/es: Lourdes Mendoza

Ideas principales

-La televisión en México es un dinosaurio que ha dejado a su paso una serie de contenidos de poca utilidad: desfragmentados, irracionales e inefectivos. La televisión destruye más saber y más entendimiento del que trasmite”, dicen especialistas.

- El público infantil se ha descuidado ya que actualmente los niños en México no cuentan con una variedad de contenido televisivo que aporte entretenimiento y educación.

- Dentro del marco del Primer Informe por los Derechos de la Audiencia Infantil, que tiene como temática central “los niños y los medios” se recalcó el impacto y consumo que tienen los medios en la audiencia infantil. Muchas de las conductas personales y sociales de los niños son influenciadas directamente por la tv.

- Las horas que los niños dedican semanalmente al consumo de medios (televisión, videojuegos e Internet) es 3 veces mayor al tiempo que dedican a la escuela.

- La principal responsabilidad sobre el consumo de televisión recae en las principales esferas de la sociedad, padres, maestros y gobierno. Sin embargo, el principal trabajo es de los padres, el fomento de los buenos contenidos y la regulación del tiempo de exposición frente al televisor.

- El doctor en sociología, experto en medios de comunicación y catedrático del Tec de Monterrey, Javier Esteinou Madrid, afirma que el poder actual se define en la configuración del nuevo poder mediático, un poder del Estado que da lugar a una nueva República *Mediática*. La televisión determina los comportamientos sociales.

- La televisión es poderosa todo el año, porque todo el año construye valores, todo el año convoca a la población y la dirige hacia un lado o hacia el otro.

⁴ <http://noticiasenlamira.com/los-ninos-y-la-television-una-perspectiva-diferente/> Consultado: 03 Marzo de 2017

Tabla 27. Sistematización de la información de periódicos.

Fuente: El Espectador

Fecha: 7 de Julio 2014

Nombre de la noticia: Niños en Bogotá consumen más de 180 horas de televisión al mes⁵.

Autor/a/es: Juan camilo Díaz, Investigador de la Universidad de la sabana

Ideas principales

- Los niños colombianos consumen más de 180 horas de televisión al mes, un promedio de 6 horas diarias.

- El 98% de los padres no saben cómo guiar a sus hijos para que vean una televisión de manera responsable.

- El 97 %, de los padres de familia en la ciudad reconoce usar la TV para entretener a sus hijos, lo que valida la preocupante cifra del informe que indica que un niño bogotano permanece hasta 20 horas a la semana pegado del televisor.

- Según la investigación el 70% de los consultados dice que el papel de la tv es muy importante en el hogar, para el 20% es poco relevante, para el 8% es indispensable y solo para 2 por ciento no es nada importante.

- Los mismos padres de familia consultados consideran que la televisión es un medio que entretiene en el 46% de los casos, que informa (37%), integra a la familia (9%) y educa (8%). Curiosamente ninguna persona sostuvo que la tv sea un medio que separe a la familia. Con relación al consumo de televisión que hacen los niños por horas al día, la investigación afirma que el 60% de los pequeños pasan entre 2 y 4 horas diarias frente al televisor; el 30% entre 1 y 2 horas; el 6% entre 4 y 6 horas y solo el 4% entre 6 y 8 horas.

- Es decir que el 90% de los niños pasa aproximadamente dos horas y media frente al televisor cada día, 180 horas al mes y 2.160 horas al año.

⁵ <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/ninos-bogota-consumen-mas-de-180-horas-de-televison-al-articulo-502945>. Consultado: 03 de Marzo de 2017.

Tabla 28. Sistematización de la información de periódicos.

Fuente: El tiempo

Fecha: 31 de agosto de 2005

Nombre de la noticia: Lucha de héroes y villanos⁶

Autor/a/es: Maritza López de la Roche, Profesora de la Universidad del Valle e investigadora sobre audiencias infantiles.

Ideas principales

-El Compromiso Nacional por una TV de Calidad es un movimiento social que busca incentivar la producción nacional de programas dirigidos a niños y adolescentes. A la vez, pretende que ellos sean involucrados en las decisiones, contenidos y producción de los espacios que los asumen como destinatarios. Se trata de que ejerzan sus derechos mediáticos.

- Tener a sus audiencias cerca es una ventaja para un canal de TV, la proximidad con sus públicos les da a los canales regionales, municipales y comunitarios y a los de las universidades posibilidades extremadamente interesantes de experimentar con los temas y con el tipo de programas, ensayando con las audiencias infantiles y adolescentes— formas de diálogo y de participación inéditas.

-La televisión infantil necesita en Colombia una inyección de creatividad e iniciativa, se pueden producir programas para niños siguiendo el ejemplo de Brasil y Chile.

-Los canales regionales deben de autoevaluarse, innovar y aumentar las horas de producción propia que tengan como destinatarios a los niños.

-Nuestro país necesita dibujos animados y dramatizados, que propongan temas, situaciones y valores diferentes a los que nos muestran las series importadas.

-Los canales estatales y privados, deben apostarle a una televisión de calidad y deben atreverse a sacar al aire formas interactivas de relación con estas audiencias. Con el fin de que los niños y adolescentes colombianos aprendan a ser participantes sociales y no solo espectadores.

⁶ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1756926>. Consultado: 03 de marzo de 2017.

Tabla 29. Sistematización de la información de periódicos.

Fuente: El tiempo

Fecha: 3 de abril de 2008

Nombre de la noticia: ¿Qué ven los niños en TV?⁷

Autor/a/es: Luz Adriana Velasco Ch.

Ideas principales

-Los canales nacionales, están regidos por una norma muy incipiente y bastante desactualizada, en cambio la televisión por suscripción ofrece variedad y cantidad de canales especializados captando la atención de niños. De acuerdo con el comisionado Ricardo Galán, las franjas infantiles están distribuidas de 4 a 5 p.m., de lunes a viernes, y de 8 a 10 a.m., los fines de semana y días festivos. Una regulación que se cumple solo a medias.

-Telenovelas protagonizadas por adolescentes, no responden con productos hechos por ellos, porque no invierten en lo infantil.

-Carolina Hoyos, directora (Cntv), considera que los canales privados nacionales le han apostado más a la programación familiar que a la infantil, y que los niños son un público exigente que hay que estudiar para brindarles lo que les gusta y lo que necesitan en su formación y entretenimiento.

-Educar no está entre las prioridades de Cartoon Network. Su principal audiencia son los niños de 4 a 11 años. Y en el 2007, pasaron del cuarto al segundo lugar en el ranking de canales internacionales infantiles. El primero lo ocupa Disney Channel.

-Nickelodeon Latinoamérica, no es un canal educativo, sino de entretenimiento, sus espacios están dirigidos a niños entre 7 a 12 años de edad. Estamos en su casa, en sus cuadernos, en los videojuegos, en todas partes.

-Discovery Kids, por el contrario, fue creado para educar y enseñar valores en niños de preescolar, Lo hacemos a través de programas que estimulan su curiosidad natural y contribuyen al desarrollo de sus habilidades físicas, intelectuales y sociales. Se debe trabajar con el criterio de educar, más que de reglamentar, se propone una programación familiar las 24 horas del día. Educar a los televidentes para ver cualquier cosa a cualquier hora. Hacer televisión infantil requiere de capacitación, asegura Carolina Hoyos.

⁷ <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-2884538>. Consultado: 03 de marzo de 2017.

Tabla 30. Sistematización de la información de periódicos.

Fuente: El mundo es salud.

Fecha: 17 de agosto de 2009.

Nombre de la noticia: Televisión. Inconvenientes para el niño⁸.

Autor/a/es: Juan Casado, jefe de Servicio del Hospital Infantil del Niño Jesús y profesor de pediatría de la Universidad Autónoma de Madrid

Ideas principales

-La televisión puede tener efectos negativos sobre los niños, cuando se emplea sin control, cada día.

- Las imágenes de violencia reiteradas repercuten negativamente en la agresividad de los niños.

- La vida normal de los niños no está rodeada, como aparece con frecuencia en la televisión, de guerras, bombas, golpes, su vida suele ser una vida normalizada de familia, amigos, colegios y deberes escolares.

- la televisión puede enseñar ideas erróneas de la realidad y los lleva a copiar modelos no siempre adecuados.

-La televisión favorece la obesidad.

- La televisión en exceso disminuye la capacidad del lenguaje de los niños mayores, porque para que éste se desarrolle es necesario el entrenamiento que se realiza con la conversación activa, directa con los demás o mediante la lectura.

- La televisión contribuye al fracaso escolar.

-Recuerde que la televisión es buena y mala, solo depende de cómo los padres elijan el tipo de programa, el tiempo y el momento para que su hijo se siente frente a ella.

⁸ <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2009/08/14/saluddelnino/1250266268.html>. Consultado: 03 de Marzo de 2017

Tabla 31. Sistematización de la información de periódicos

Fuente: El mundo es salud.

Fecha: 26 de junio de 2009.

Nombre de la noticia: Ventajas de la televisión para el niño⁹.

Autor/a/es: Juan Casado, jefe de Servicio del Hospital Infantil del Niño Jesús y profesor de pediatría de la Universidad Autónoma de Madrid.

Ideas principales

-Las imágenes, escenas, ruidos, música y conceptos que ven los niños en la televisión, contribuyen poderosamente a su educación. . También a sus gustos, incluso a su moralidad y código de conducta, de manera tan influyente o más que su familia.

- Gracias a la televisión los niños aprenden como es el mundo fuera de su casa, de su colegio, su barrio o de su ciudad. Este medio audiovisual les permite hacer viajes a otros lugares.

-La televisión educa, puede ser un poderoso instrumento de enseñanza porque los conceptos les entran por la vista, los oídos y las sensaciones.- La televisión tiene inconvenientes pero también muchos efectos beneficiosos, como la capacidad para enseñar y adquirir conocimientos, cultura, reforzar valores y ampliar el lenguaje.

⁹ <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2009/06/26/saluddelnino/1245997910.html>. Consultado: 03 de Marzo de 2017.

Tabla 32. Sistematización de la información de periódicos

Fuente: Revista chilena de pediatría

Fecha: 2008.

Nombre de la noticia: Influencia de la televisión y videojuegos en el aprendizaje y conducta infanto-juvenil¹⁰

Autor/a/es: Autor/a/es: Valeria rojas. Pediatra, Neuróloga Infantil. Presidenta Comité de Medios y Salud Infanto-Juvenil Sociedad Chilena de Pediatría.

Ideas principales

- Las Tecnologías de la Información y Comunicación han transformado la vida cotidiana de los niños y sus familias. La televisión permite a los niños desarrollar una gran sensibilidad y conocimiento.

-Antes de los 10 años la capacidad de razonamiento crítico y relacional está limitado. Los menores de 10 años no deberían estar expuestos a telenovelas ni noticieros de TV cuyo sensacionalismo y crudeza de imágenes pueden provocar trastornos del sueño y miedos que alteran su diario vivir. Como alternativa podrían acceder a noticias a través de medios escritos que tienen un impacto emocional menor que la "pantalla".

- Investigaciones han demostrado que niños pequeños, menores de 8, están cognitivamente y psicológicamente indefensos frente a la publicidad.

-En un artículo de revisión del Pediatrics del año 2001 en que participaron la Academia Americana de Pediatría, la Asociación Médica Americana, la Academia Americana de Psiquiatría de la Infancia y Adolescencia y la Asociación Americana de Psicología, expusieron las siguientes conclusiones respecto a los dos efectos principales que la violencia en los medios tiene en el público:

1. El efecto mimético directo: niños y adultos expuestos a espectáculos violentos pueden llegar a ser más agresivos o a desarrollar, con el tiempo, actitudes favorables al uso de la violencia como medio para resolver los conflictos.
2. Es un efecto más indirecto: la insensibilización. Los espectadores, sobre todo los niños, expuestos a grandes cantidades de violencia en la pantalla, pueden hacerse menos sensibles a la violencia real del mundo que les circunda.

-El público puede sobreestimar el índice de violencia real y creer que la sociedad en la que vive se caracteriza por un elevado grado de violencia y peligrosidad. En algunos niños la exposición a la violencia mediática los lleva a generar ansiedad, depresión, trastornos del sueño, pesadillas,

¹⁰ http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0370-41062008000700012&script=sci_arttext. Consultado 03 de Marzo de 2017

estrés post traumático, etc.

Tabla 33. Sistematización de la información de periódicos

Fuente: El The new york time

Fecha: 30 de marzo de 2016

Nombre de la noticia: Es hora de reevaluar el tiempo que los niños pasan frente a las pantallas¹¹

Autor/a/es: Dr. perri klass

Ideas principales

-La Academia de Pediatría de Estados Unidos incluyen dos recomendaciones: desalentar el uso de pantallas en niños menores de 2 años y establecer un límite de dos horas diarias para los niños mayores.

- Lo que es necesario enfatizar en cuanto a los niños mayores, dijo, es que los padres deben asegurarse de que también cuenten con tiempo sin pantallas en su día a día. Eso significa que no haya pantallas en la habitación y que los celulares se dejen fuera de esta en la noche. Las familias deben crear un par de horas diarias de tiempo de calidad.

-El Dr. Strasburger señaló que el contenido es muy importante. “La violencia en los medios nunca será buena para los niños; el contenido sexual a edad temprana nunca será bueno para ellos; los juegos con disparos nunca serán buenos”, dijo. “Las investigaciones son muy claras y esto nunca cambiará”.

¹¹ <https://www.nytimes.com/es/2016/03/30/es-hora-de-reevaluar-el-tiempo-de-los-ninos-frente-a-las-pantallas>. Consultado: 03 de marzo de 2017.

4.2 Análisis categorial de resultados

El presente trabajo investigativo de enfoque crítico desde la perspectiva cualitativa, se inicia la recolección de la información, teniendo en cuenta dos grandes tópicos: los primarios, donde se posicionan los niños/as con los que se construyó la investigación y los referentes secundarios, que fueron los padres de familia y los programas de televisión infantil.

La composición de la población que se determinó como tópico primario y participó en la investigación, se describe como un grupo de 41 niños, conformado en un 51% por niños y un 49% por niñas, con edades comprendidas entre los 8 y 9 años, el 80% de la población es nacida en la ciudad de Bogotá y actualmente estudia en el Colegio El Minuto de Dios. Se hizo un grupo focal de 12 niños que representan el 29% de la población, los referentes secundarios fueron los padres de familia quienes en un 70% son padres separados.

Una vez recolectada la información a través de las técnicas expuestas en la metodología se procedió a la interpretación y análisis de cada uno de los ítems a la luz de las categorías analíticas descritas en el marco conceptual. La categoría inicial se denomina Televidencias, seguida por la categoría de televisión infantil en términos de audiencias infantiles, la tercera categoría es denominada el consumo cultural y finalmente la cuarta categoría hace referencia a los usos de la televisión infantil, dando así al cumplimiento al desarrollo de los objetivos diseñados.

Televidencias

Es preciso entender el tema educativo como un eje articulador de los procesos audiovisuales en los niños, para ello se debe disociar el fenómeno televisivo de la subjetividad entendiendo que el juego de intereses que se pone de presente en esta concepción es articulado con parámetros representados por el capital económico que generan los conocimientos mecanizados sin abstracción de la realidad.

Particularmente la televisión es un sistema que permite la transmisión y recepción de sonidos e imágenes, llevando a los seres humanos a realizar actividades que lo relacionan con

ella tales como: ver, escuchar, percibir, sentir, gustar, pensar comprar, etc., las cuales se pueden realizar de manera imperceptible e indistintamente ejercen mediaciones significativas y siempre serán replicadas por los medios de comunicación masivos; entendidos como escenarios de estructuración de pensamiento y problematizados bajo violencias que exponen un paradigma de apropiación de la información por parte de los sujetos permeada por el poderío Comunicacional y audiovisual- de las grandes cadenas informativas.

Se hace necesario entender que los contenidos se han masificado por instancias tecnológicas que han ampliado el portafolio de consumo, por ejemplo en la actualidad no solamente los niños participantes, sino la población en general posee mucha más filiación con las redes sociales, en la actualidad 2.201 millones de personas menores de 18 años usan internet, lo cual representa un equivalente al 32 por ciento del total de la población mundial. (Orduz, 2012); se frecuenta estos escenarios, ya que rompen con las formas tradicionales de comprender las realidades socio-culturales y exponen un sujeto que intenta ser aceptado y construido bajo paradigmas neoliberales.

En relación con los resultados, más del 90% de la población infantil encuestada conoce la televisión como herramienta de orden cultural que ha masificado imaginarios, es preciso entender que la mayoría de las personas encuestadas confluyen en la frecuencia y el tiempo invertido como teleaudiencia en el consumo de medios tv.

Los mismos resultados, especialmente los relacionados con las percepciones de los padres y expertos alrededor del poco contenido infantil en las franjas, nos remite a pensar alternativas como la informática comunitaria y su lugar en términos de la concreción de las nuevas tecnologías, en el entendido que esta se refiere a los aparatos y técnicas, asociados a los contenidos audiovisuales; lo cual se interrelaciona directamente con cibercultura crítica comunitaria, ya que los expertos mencionan la importancia de pensar colectivamente opciones que permitan pensar otros horizontes posibles centrados en la formación de crítica y propuesta socio-cultural; es decir que es necesario entender la tecnología como una herramienta que fundamenta una cultura expandible en términos de lo comunitario y su estrecha relación con proyectos sociales en las comunidades y experiencias.

Por otra parte, los padres son conscientes en la mayoría de casos que la televisión influye en las acciones y gestos realizados por parte de los hijos, especialmente en los procesos de

socialización; que en algunas instancias confronta los valores, costumbres familiares y sociales que ellos conciben.

Es preciso explayar que muchas veces los niños encuestados se desinhiben en el momento del juego y replican comportamientos de personajes identificados como referente en los programas lo cual da pie a conductas adaptativas, favorables o diversas en la construcción de referentes que facilita la interacción que pueden incidir en momentos de hiperactividad y comportamiento agresivo; la implicación principal de dichos hábitos es la afección cognoscitiva en los sujetos ya que medicamente el cerebro se desarrolla en su totalidad a la edad de 18 a 20 años (Muñoz, 2017) , y en consumo en niños incide negativamente en su proyecto de vida, ya que en una edad temprana se puede evidenciar una gran capacidad de fantasía, lo cual lleva a distorsionar la realidad con la ficción, por ello, es preciso potenciar contenidos educativos que tengan un impactos en tiempos, franjas y horarios.

Los contenidos dirigidos a adolescentes muestran un adultización y no cuentan con contenido valórico y no responden a los interrogantes de la etapa de la vida; de alguna u otra manera los jóvenes son los más expuestos a contenido sexual. (Muñoz, 2017).

Generar contenidos educativos implica pensar rigurosamente la televisión en el marco de los derechos del televidente como los procesos educativos (Muñoz, 2017) frente a ello es necesario entender, en el contexto colombiano que los canales públicos muestran tipos de ofertas diferentes, tales como señal Colombia, las televisiones comunitarias, los canales regionales y aunque la producción local es poca vemos que hay programas que se acercan más a la realidad socio-política y utilizan los sentidos, emociones y los criterios visuales para interiorizar de forma idónea valores éticos y hábitos, es decir bajo la consecución y uso de la herramienta puede verse afectada o potenciada por la persona.

Sumado a lo anterior y según el análisis realizado; es imprescindible retomar la tecnología como herramienta que contribuya a la interacción de redes, no al desvanecimiento de las relaciones sociales; los resultados permiten entretejer procesos que refieran contacto humano y de alto valor cognoscitivo alrededor de la convivencia y el respeto, como capacidades humanas en interrelación con el otro, para así lograr cambios a nivel familiar, grupal y comunitario.

Por otra parte, los hallazgos respecto al ámbito jurídico; arrojaron que se hace necesario exponer que la regulación legal vigente no permite ahondar en concepciones que traspasen lo meramente informativo, es decir no se permite esbozar herramientas que permitan sembrar opinión con base a la realidad diferenciada y crítica; en parte por el mínimo empoderamiento como actores políticos en sociedad y la exigencia de los derechos, exponiendo el tema de regulación y respeto con los horarios, la educación y el uso de herramientas tecnológicas conforme a las TIC's, aunado al acceso de contenidos mediante regulación por franjas.

Audiencias infantiles

Las encuestas permitieron entender que los/as niños/as no tienen claridades frente a los contenidos ni la diferenciación entre ellos, por ejemplo el hecho de que alrededor de los cinco años los niños aun no distinguen entre ficción y «realidad», hasta el hecho de que la tv se convierte en referente constante de la interacción social de una audiencia adolescente.

Esto último interrelacionado con el marketing, las ventas y los estereotipos que están mediados por ejercicios de poder y dominación simbólica; los actores sociales en su mayoría niños y jóvenes, tienen una referenciación sobre la elección de consumo, es decir, son preferentes en términos de los intereses que rodean la televisión y sus configuraciones; por ejemplo el consumo varía según el estrato socioeconómico, el sector social y las posibilidades de acceso al servicio propiamente dicho.

La televisión infantil no existe en Colombia, según G. Muñoz, entendiendo que las productoras se mueven por medio de franjas infantiles con horarios determinados, pero no se ha formado el criterio de adecuar una programación que responda diariamente de forma educativa a los niños y niñas; ya que es preciso pensar contenidos educativos mediante un canal público y por franjas, ya que no se expone linealmente un proyecto que permita tener una temporalidad e incidencia donde los niños aprehendan enseñanzas que complementen los estudios y permitan recrear lúdicamente escenarios de interacción socio-cultural.

Según los estudios consultados se puede entrever que los niños son más influenciables respecto a todo tipo de acciones, pero en particular, las acciones negativas son copiadas y apropiadas por los niños y niñas, como parte de su proceso social de identificación y segregación entre lo éticamente es favorable y lo ambivalente a ello (Rubiano, H y Arguello, L); ya que el criterio comunicativo distorsiona la realidad y plantea ideas consumistas o ideológicamente cargadas con formas adquisitivas y monetarias que el gran capital usa para promover formas de vida desenfundadas; a su vez complementan estereotipos en dos vías, las mujeres asociadas a la vida privada, el cuidado y las labores secundarias, mientras que al hombre se le sigue inculcando una posición de dominación mediante la ampliación del machismo y las condiciones por las cuales se referencian mejores opciones de vida.

El criterio de la resolución de conflictos negativo incide a modo de réplica en el comportamiento de los sujetos y permea los escenarios totalitarios, los cuales sustentan el concepto histórico de sociedad centrado en el imaginario de la naturalización de actos violentos, disminuyendo la capacidad de la sensibilidad y desvirtuando la convivencia sana como una forma de vida, por ejemplo desde los resultados se pudo identificar la necesidad de deconstruir imaginarios sobre la violencia en todos los términos, buscando potenciar valores sociales y exaltando el trabajo mancomunado y solidario en aras de construir paz.

Por lo anteriormente mencionado, es preciso exponer un análisis sobre los resultados; centrados en la diversidad de violencias, de forma precisa la que es de interés para la investigación, es la violencia virtual; entendiendo que nuestra cotidianidad maneja una cultura muy visual, el hecho de ser mujer carga un estigma social, ante ello se debe prevenir desde la pedagogía y la deconstrucción de los imaginarios sociales, otros escenarios que permitan empoderar a los niños y niñas en un contexto hostil que externaliza y naturaliza actos violentos, se disminuye la sensibilidad y la adecuada convivencia.

Amplios aspectos exponen no solo bajo el diferencial del género los procesos que conllevan la apropiación de actitudes por parte de los niños frente a la exposición de la televisión, lo cual es un punto inicial para partir del análisis de las grandes plataformas informativas como parte de la masificación global centrada en la distorsión de la realidad como una herramienta de interacción con escenarios culturales que representan imaginarios sociales claramente definidos de forma política.

La investigación permite entender el campo de acción educativa, en tanto acerca realidades a los contextos, mejorando el aprendizaje y potenciando el saber propio y el lugar de las personas en su cotidianidad. Por ejemplo, la temática de los superhéroes potencia la superación de situaciones crítica e impone un referente ejemplar para los niños que intenta empoderar a través de la fantasía a los niños y niñas.

Consumo cultural: televisión y educación

De entrada y retomando lo planteado en el marco conceptual, en relación con los resultados de la investigación, cabe notar que el consumo cultural, en lo que comprende la televisión, en los niños y niñas participantes, según la encuesta diagnóstica, su consumo no es rutinario, pero al momento de estar frente a la televisión dedican más horas de su tiempo a esta actividad. Se puede evidenciar que los personajes que más los atraen son de género masculino y están asociados a la aventura, el riesgo y la diversión. De esta manera refuerzan la construcción social de los roles en la cotidianidad, rezagando de alguna manera a la mujer como objeto de labores secundarias.

Se puede decir, según el cuestionario para padres de los niños participantes, que los programas vistos por ellos, afecta negativamente de alguna manera sus actitudes mediante el juego e interacción con otros niños; situación que preocupa a los padres de familia y que al final piensan excluirlos de esta programación. Se resalta una vez más que los programas influyen en sus expresiones y gestos, se evidencian impactos tanto negativos, como positivos, reflejados en actitudes y comportamientos en su cotidianidad; claro está que dependiendo de qué programa sea, como por ejemplo pepa Pink. Dragón boll Z entre otros.

Sobre todo la programación nacional muestra exceso de violencia, narcotráfico y dinero fácil, por estos motivos no es una programación adecuada para niños, pero se transmite en horarios destinados a la audiencia infantil. Por otro lado, por más que se haga el acompañamiento de los padres al momento de ver tv, esta crea tendencia de la moda, impacta en los gustos y comportamientos de los niños. Teniendo en cuenta que la tv genera influencia en la mente de los niños (Fuenzalida, 1985: p, 23). A través de los resultados, los padres insisten en

que debe existir un dialogo constante con los niños, explicándoles que la TV, poco aporta a su formación.

De la misma manera, los padres comentan que no siempre supervisan los programas que los niños ven, pero en algunas oportunidades, “cuando les queda tiempo” lo realizan, para darse cuenta que estén mirando programas aptos para niños y no programas que puedan alterar negativamente su personalidad, programas que son violentos o de alto contenido sexual y que atentan contra los valores de la familia.

Por otra parte hay padres de familia participantes que comentan, que “el niño debe ser consciente de lo que ve, que debe comprender que los temas que se observan en la tv”, son alterados y alejados de la realidad, por lo tanto deben ver tv con sentido común, que tienen que aprender a escoger programas que les aporten social y culturalmente en la vida. Según esto es preocupante que existan padres que no solo le dan la responsabilidad a sus hijos de lo que deben y no deben tomar de la tv; sino también, de elegir lo que le conviene en la vida, según ellos para evitar las malas conductas como groserías, agresiones y comportamientos inadecuados, sin tener en cuenta que se está hablando de audiencias de ocho y nueve años de edad.

Según German Muñoz, es posible evidenciar diferentes interpretaciones de los contenidos por parte de las audiencias infantiles, cuando al género se refiere, ya que los consumos se encuentran diferenciados en todas las variables, edades, sexo, culturas etc. Las diferencias de edades marcan consumos distintos, en diferentes franjas: de cinco a siete y de ocho a diez años, se podría decir que hay generaciones distintas, es decir no se puede hablar de infancia sino de “infancias”. De la misma manera las audiencias se diferencian según su contexto, por ejemplo, donde hay niños en situación vulnerable por conflicto armado, el nivel educativo, familias disfuncionales y bajo nivel económico. Por esta razón los niños no consumen solo lo que les ofrecen; los niños especialmente los que viven en la ciudad y con buenos recursos económicos, consumen lo que les interesa.

De la misma manera, German Muñoz, comenta que se debe tener en cuenta la oferta televisiva que hay en Colombia, en canales privados ya que estos no plantean, no transmiten realidad social, lo que hay es “mentira o engaño social” que hacen pensar al niño que el narcotráfico y la violencia es la realidad, que la vida es naturalmente violenta, permeada por este tipo de estructuras de poder, de delincuencias.

En los canales públicos hay otro tipo de ofertas y aunque la producción local es poca, se ven programas que muestran un tanto más de la realidad social. De la misma manera los canales internacionales, muestran cada vez más, ciertos aspectos de la realidad social, pero los niños cuentan con un acceso limitado, no es frecuente que tengan acceso diversificado que les permita hacerse una idea clara de la realidad social.

Por otro lado German Muñoz argumenta que la regulación de la televisión infantil en Colombia, no existe, porque este tipo de televisión no la hay en realidad, por lo tanto no hay regulación, sin importar que existe una ley general, donde hay una cantidad de artículos que hablan de horarios y programación, pero desafortunadamente a los niños es lo que les gusta ver y compartir los espacios de los adultos porque encuentran escenas de sexo y de violencia, que les resultan más interesantes que otros destinados a las audiencias infantiles.

Teniendo en cuenta la opinión de los niños participantes, ellos comentan que les gusta ver televisión porque hay programas muy entretenidos que les dejan enseñanzas; algunas malas y por lo tanto deben aprender a no hacer lo que estos programas les enseñan. Los niños ven tv en algunas ocasiones en compañía de la familia, pero se pasan toda la tarde frente al televisor, otros comentan que duran desde la mañana hasta la noche, cuando no van al colegio.

Todo lo anterior, es comparado con el uso de la televisión en México, según la autora Lourdes Mendoza (2015); la televisión tradicional ha dejado a su paso una serie de contenidos de poca utilidad: desfragmentados, irracionales e inefectivos. La televisión destruye más saber y más entendimiento del que transmite. De la misma manera la autora recalca el impacto y consumo que tiene la televisión en las conductas personales y sociales de los niños.

Así mismo las horas que los niños dedican semanalmente al consumo de televisión, es tres veces mayor al tiempo que dedican a la escuela. La televisión es frecuentada por los niños todo el año, porque todo el tiempo construye valores, dirigiendo a la población infantil hacia un mundo de posibilidades de aprendizaje. Esta autora cuestiona la responsabilidad ya dicha del consumo de televisión. Siendo esta de las principales esferas de la sociedad, padres, maestros y gobierno, sin embargo el principal trabajo es de los padres, el fomento de los buenos contenidos y la regulación del tiempo de exposición frente al televisor. Situación que poco es regulada por los padres involucrados en esta investigación.

Según Juan Camilo Díaz, investigador de la universidad de la Sabana, en un estudio titulado ‘Hogares reflexivos: Padres de Familia, Hijos y Televisión’, realizado a través de encuestas personalizadas a 420 bogotanos asegura que el 98% de los padres no saben cómo guiar a sus hijos para que vean televisión de manera responsable. El 97% de los padres de familia en la ciudad, reconoce usar televisión para entretener a sus hijos, lo que valida la preocupante cifra del informe que indica que un niño bogotano permanece hasta 20 horas a la semana “pegado” a un televisor. Relacionado esto con el poco acompañamiento que se evidencia en la encuesta realizada a los padres de familia involucrados en esta investigación.

A través del análisis de fuentes secundarias, encontramos, como parte de los resultados de investigación, que según un informe hecho por Maritza López de la Roche, la televisión infantil necesita en Colombia una inyección de creatividad e iniciativa, donde se produzcan programas para niños. Los canales regionales deben autoevaluarse, innovar y aumentar las horas de producción propia que tenga como destinatarios a los niños. El país necesita dibujos animados y dramatizados que propongan temas, situaciones y valores diferentes a los que vemos hoy en día. Lo anterior muestra la realidad que según los padres de familia encuestados, buscan en los programas vistos por sus hijos.

Juan Casado (2009), que se puede considerar en concordancia con los resultados encontrados en la investigación, confirma que la televisión puede tener efectos negativos sobre los niños, cuando se emplea sin control. Las imágenes de violencia reiteradas repercuten negativamente en la agresividad de los niños. La vida normal de los niños no está rodeada, como aparece con frecuencia en la tv, de guerras, bombas, golpes; su vida suele ser una vida normalizada de familia, amigos, juegos, colegio y deberes escolares. Teniendo en cuenta el análisis de la encuesta para padres, son precisamente los comportamientos que se evidencian en los niños desde pues de ver tv al interactuar con sus compañeros.

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación, lo que recomienda el autor Perri Klass (2016), frente a la responsabilidad de los padres, es asegurarse de que los niños también cuenten con tiempo sin tv en su día a día. Eso significa que no haya tv en la habitación y que las familias deben crear un par de horas diarias de tiempo de calidad para realizar diferentes actividades de distracción y recreación.

Para finalizar es importante resaltar que el consumo cultural, frente a la televisión y educación en los niños aquí mencionados, marca debidamente el comportamiento y actitudes que emergen en su desarrollo en los diferentes contextos: colegio y casa. De la misma manera influye en la interacción, tanto con compañeros y amigos, como con adultos que rodean su libre desarrollo cultural.

Usos de la televisión infantil

Teniendo en cuenta el análisis de los resultados, un 90% de la población infantil encuestada conoce los medios de comunicación y particularmente la televisión como herramienta masiva para el consumo de contenidos audiovisuales. Según la encuesta realizada a los niños, la acción de ver televisión no es rutinaria pero cuando se sientan frente a la televisión, dedican más horas de su tiempo diario al consumo televisivo.

De la misma manera se analizan los contenidos y las expectativas sociales alrededor de imaginarios que brindan diferentes programas. La frecuencia y el tiempo invertido como teleaudiencia es un eje transversal de análisis, entendiendo que el hecho de generar una dependencia a modo de consumo hace parte del entramado social que refuerza estereotipos, creencias y procesos en la cotidianidad que se reproducen en los escenarios familiares y comunitarios (colegios y sitios de recreación).

Según la encuesta, la mayoría de los niños utilizan la televisión como una actividad más de su vida cotidiana, sin importar el tiempo que se tome, factor que afecta el rendimiento académico de los estudiantes, particularmente el hecho en sí mismo de no tener un control parental o un autocontrol sobre la televisión, es el primer paso para crear un apego social al consumo de televisión, de ahí naturalizándose la práctica en el marco de los espacios comunes entre los miembros del grupo social.

En cuanto los usos que cotidianamente dan los niños a la televisión asegura G. Muñoz que últimamente los niños no ven tanta televisión, cada vez ven menos, ellos miran netflix (películas) y programas en internet, muchos niños dependiendo su estrato han desertado de la

televisión porque está hecha para adultos y para ciertos fines ideológicos muy claros, a los niños les interesa más un espacio audiovisual amplio que tenga ofertas específicas propias de sus intereses. Claro está que esto varía según el estrato social, los que tienen menos posibilidades económicas deben ver lo que hay, aunque no haya mucho de donde escoger. Lo anterior se relaciona con algunas respuestas obtenidas de los resultados del cuestionario aplicado al grupo focal.

Por otro lado nuestro experto German Muñoz comenta que no existe ninguna práctica educativa en la televisión infantil, ya que no existe la llamada televisión infantil, hecha desde el punto de vista infantil; existe la que es hecha desde el punto de vista de los adultos, por eso es difícil decir educativo de algo que no existe. Según el Doctor en sociología, experto en medios de comunicación y catedrático del TEC de Monterrey, Javier Esteinou Madrid, afirma que el poder actual se define en la configuración del nuevo poder mediático, un poder del Estado que da lugar a una nueva República Mediática: La televisión determina los comportamientos sociales.

Teniendo en cuenta la entrevista realizada a los padres de familia, donde se evidencia que la televisión es parte de la cotidianidad de las familias, sobre todo en el día a día de los niños; Juan Camilo Díaz, Investigador de la Universidad de la Sabana en un estudio titulado: Niños en Bogotá consumen más de 180 horas de televisión al mes, afirma que el 70% de los consultados dice que el papel de la tv es muy importante en el hogar; para el 20% es poco relevante; para el 8% es indispensable y solo para 2% no es nada importante.

Los mismos padres de familia consultados consideran que la televisión es un medio que entretiene en el 46% de los casos, que informa 37%, integra a la familia 9% y educa 8%. Curiosamente ninguna persona sostuvo que la tv sea un medio que separe a la familia. Como se evidencia en los resultados de esta investigación, la tv es una de las actividades diarias que los niños realizan diariamente por varias horas, algunas veces solos y otras veces acompañados.

Teniendo en cuenta lo anterior, Maritza López de la Roche, Profesora de la Universidad del Valle e investigadora sobre audiencias infantiles, comenta que los canales estatales y privados, deben apostarle a una televisión de calidad y deben atreverse a sacar al aire formas interactivas de relación con estas audiencias. Con el fin de que los niños y adolescentes colombianos aprendan a ser participantes sociales y no solo espectadores.

De la misma manera Luz Adriana Velasco por medio de la noticia del El tiempo ¿Qué ven los niños?, comenta que los canales nacionales, están regidos por una norma muy incipiente y bastante desactualizada, en cambio la televisión por suscripción ofrece variedad y cantidad de canales especializados captando la atención de los niños. Opinión que se refleja en la encuesta a los niños, muestra de esta investigación.

Teniendo en cuenta el objetivo de diferentes canales de televisión infantil, Carolina Hoyos, directora de CNTV, considera que los canales privados nacionales le han apostado más a la programación familiar que a la infantil y que los niños son un público exigente que hay que estudiar para brindarles lo que les gusta y lo que necesitan en su formación y entretenimiento. En el caso de Cartoon Network no tienen entre sus prioridades u objetivos “educar”. Sin importar que su principal audiencia son los niños de 4 a 11 años. Pero aun así pasaron del cuarto al segundo lugar en ranking de canales internacionales infantiles, ya que el primero lo ocupa Disney Channel. Con los resultados obtenidos en la encuesta a los niños, es claro precisar que los programas que ven, pertenecen a Cartoon Network y Disney Chanel, los cuales no educan sino que entretienen a la audiencia infantil.

De la misma manera esta autora comenta que Nickelodeon Latinoamérica, no es un canal educativo, sino de entretenimiento y sus espacios están dirigidos a niños entre 7 a 12 años de edad. Además de lo anterior están en la casa de los niños por medio de “muñecos”, en los cuadernos, en los videojuegos y en todas partes. Por otro lado, Discovery Kids fue creado para educar y enseñar valores en niños de preescolar, se hace a través de programas que estimulan la curiosidad natural y contribuyen al desarrollo de sus habilidades físicas, intelectuales y sociales. El anterior argumento es evidenciado en la encuesta realizada al grupo focal, donde varios niños comentan que de la tv también aprenden cosas buenas, como el valorar una amistad.

Para finalizar, Carolina Hoyos sugiere que se debe trabajar con el criterio de educar, más que reglamentar, propone una programación familiar las 24 horas del día. Educar a los televidentes para ver cualquier cosa a cualquier hora. Hacer televisión infantil requiere de capacitación, asegura Carolina Hoyos. Teniendo en cuenta que los padres encuestados en esta investigación, proponen una mejor franja de televisión familiar, este argumento y propuesta de la autora Carolina hoyos, es ideal para contrarrestar las problemáticas que preocupan a los padres, cuando los niños ven algunos programas de tv.

Teniendo en cuenta el análisis de resultados, Juan Casado, jefe de Servicio del Hospital Infantil del Niño Jesús y profesor de pediatría de la Universidad Autónoma de Madrid, comenta que la televisión es un medio audiovisual que permite a los niños viajar a otros lugares, la televisión educa, por lo tanto es un poderoso instrumento de enseñanza porque los conceptos les entran por la vista, los oídos y las sensaciones. La televisión tiene inconvenientes pero también muchos beneficios, como la capacidad para enseñar y adquirir conocimientos, cultura y reforzar valores. De esta manera algunos niños encuestados, comentan que la televisión influye en ellos, transmitiendo diferentes cosas, algunas buenas y otras no tan buenas. Precisamente, dicen ellos que deben saber que cosas aprender de ello y cuáles no.

Con relación a los resultados obtenidos de los diferentes instrumento empleados en la investigación, cabe citar un artículo de revisión del Pediatrics (2001), en que participaron la Academia Americana de Pediatría, la Asociación Médica Americana, la Academia Americana de Psiquiatría de la Infancia y Adolescencia y la Asociación Americana de Psicología, donde expusieron las siguientes conclusiones respecto a los tres efectos principales que la violencia en los medios tiene en el público:

- El efecto mimético directo: niños y adultos expuestos a espectáculos violentos pueden llegar a ser más agresivos o a desarrollar, con el tiempo, actitudes favorables al uso de la violencia como medio para resolver los conflictos. Situación que se aproxima a los resultados de la encuesta al grupo focal y a los padres. Donde las actitudes y comportamientos de los niños son influenciados por la tv.
- El segundo es un efecto más indirecto: la insensibilización. Los espectadores, sobre todo los niños, expuestos a grandes cantidades de violencia en la pantalla, pueden hacerse menos sensibles a la violencia real del mundo que les circunda.
- El público puede sobreestimar el índice de violencia real y creer que la sociedad en la que vive se caracteriza por un elevado grado de violencia y peligrosidad. En algunos niños la exposición a la violencia mediática los lleva a generar ansiedad, depresión, trastornos del sueño, pesadillas, estrés post traumático, etc.



CAPÍTULO 5

CAPITULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta los objetivos planteados en la investigación, se puede evidenciar que el grupo de niños y niñas participantes en la presente investigación ven televisión todos los días, sin importar la cantidad de tiempo que permanecen frente a esta.

- Frente a la relación e interacción con el grupo de compañeros en cualquier momento del día, dentro del aula y fuera de ella, es relacionado y acorde con sus programas favoritos. Es decir sus comportamientos son influenciados por la tv que ven cotidianamente, los cuales pueden ser de tipo agresivos y amorosos. Situaciones que marcan su temperamento emocional.
- Por otro lado, el buen desarrollo académico y convivencial es afectado por la atención dispersa que se evidencia en cualquier hora de clase, los niños y niñas prefieren pensar, jugar y mostrar su programa y personaje favorito, sin importar el efecto que surge en el desarrollo de las diferentes temáticas.
- Cada vez más, crece la importancia que los niños y niñas le dan a la internet, donde les ofrecen una amplia gama de programas que se pueden ver en cualquier momento y las veces que quieran, incluyendo los you tubers, los canales internacionales, videos, música y canales de cine como netflix.
- Si bien no se puede hablar de audiencias televisivas exclusivamente, si es preciso decir que aun en fracciones de población, especialmente las comprendidas entre los estratos uno, dos y tres aun la televisión que ven los niños tiene importancia en la vida cotidiana, especialmente a nivel del entretenimiento; información basada en encuesta realizada al colegio Laureano Gómez que pertenece a los estrato uno, dos.
- La televisión que ven los niños y niñas ha sido escogida por adultos; sus contenidos, los momentos en que se presenta, la publicidad que le acompaña, en consecuencia, la investigación muestra la escasa participación que se da a estas audiencias infantiles para proponer el tipo de contenidos y franjas más apropiadas para fortalecer aspectos como las normas, la autoestima, la valoración y el respeto por el otro.

- Existe un acompañamiento familiar ocasionalmente y no constante, por lo cual, los niños logran caracterizar e interpretar ciertos mensajes a su manera. Por lo tanto los procesos académicos y convivenciales del niño y la niña se ven afectados en la etapa del colegio, esto evidenciado en las notas que los niños presentan a final de periodo.
- Teniendo en cuenta los resultados arrojados en la encuesta para padres, se evidencia la preocupación de estos, frente a los programas de tv que ven los niños, ya que no es posible estar al 100% con ellos, brindado el acompañamiento y explicación sobre cada uno de estos programas que más les llama la atención.
- Existe la “Red Papás” y otros grupos sociales que han intentado intervenir la televisión infantil, como lo mostrara el rastreo realizado a las investigaciones de la CNTV, actual ANTV; allí, académicos, padres y grupos sociales de interés han mostrado la importancia de evaluar constantemente la dinámica de los MCM; para ver por qué aún estamos en la seducción de la televisión y no en la televisión de sus verdaderos aportes a una comunidad en formación, que será en poco tiempo la fuerza social, política y económica del mismo.
- Frente a la parte académica, los niños y niñas logran magnificar sus personajes favoritos a la hora de crear textos escritos. Se evidencia una creatividad desbordante, donde logran personificar hechos que van en contra y a favor de valores en diferentes momentos y principios afianzados en la institución escolar. Situación que los lleva a desarrollar ciertos comportamientos no adecuados ante sus compañeros. Y de la misma manera afectando el buen desarrollo de las clases y un apropiado ambiente escolar.
- Es necesario hacer énfasis en las nuevas tecnologías, que día a día con más fuerza emergen en nuestra sociedad. Ya no es solo la televisión tradicional, vista desde casa y en una sola pantalla. Hoy en día se puede hablar de diversas pantallas, ya que los niños y niñas cuentan con fácil acceso a los Smartphone, computadores, Tablet, etc.
- Por otra parte se observa que las medidas adoptadas por los representantes son débiles, reactivas y no proactivos (secuencia de lo que el niño ve), se muestra que al representante se le dificulta el control de la programación con las consecuencias dichas anteriormente.

Recomendaciones

Las siguientes son algunas de las recomendaciones que se pueden dar a los padres, al estado y a próximas investigaciones para un uso adecuado de la televisión por parte de los niños y niñas, son:

Es necesario hacer énfasis en las nuevas tecnologías. Bajo esta misma mirada se deben realizar trabajos investigativos que aporten al conocimiento que implica el manejo adecuado que le den a estos nuevos recursos comunicativos.

Es importante que los niños y niñas tengan acceso a actividades académicas y sobre todo a un acompañamiento familiar significativo, que les permita hacerse una idea bien hecha del manejo y buen uso de esta realidad social.

El factor educación, muy importante en este análisis investigativo, debe ser crucial a la hora de entrar a proponer lineamientos de política pública, orientaciones sobre la producción de contenidos destinados a audiencias infantiles; en consecuencia, el sistema educativo colombiano, encabezado por el Ministerio de Educación Nacional, deben considerar las investigaciones que se realizan por parte de universidades, grupos de investigación y entidades tan importantes como el IDEP.

A través de la televisión se ha enfocado el interés en el factor entretenimiento, las niñas y niños, nos muestran, aunado al criterio de algunos padres comprometidos, como quisieran una mejor televisión, más instructiva, que les sirviera para relacionarse mejor, aprender más y finalmente para poder tener un mejor entorno sociocultural, empezando por su casa, su barrio, su ciudad y país. Allí estos niños y niñas hablan de vivir en paz, de colaborar con los demás, de cuidar y respetar a los animales, a la naturaleza y de ser respetados como seres humanos valiosos para el país.

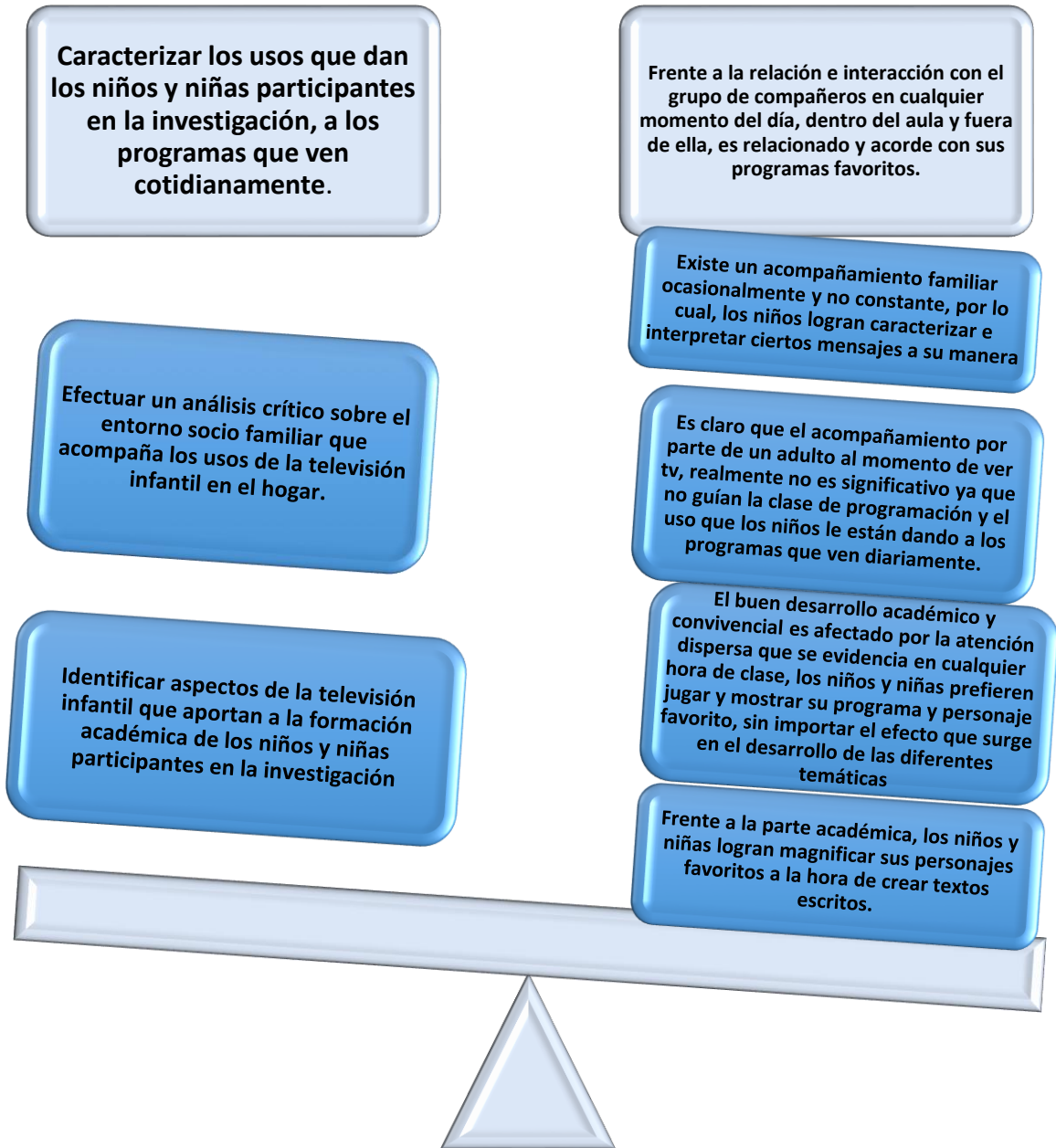
Los niños y niñas quieren opinar, saber cómo llegar a entidades que regulan la vida de los ciudadanos; allí también es visible su interés por asumirse como sujetos políticos, en momento en que vemos como los productores de la televisión los infantilizan cada vez más, les consideran

no capaces de afrontar situaciones trascendentales y por ello el entretenimiento excesivo también les cansa, les satura y quieren otras cosas que vean en su cotidianidad.

Finalmente, también se trata de hacer una valoración de este escenario de construcción de imaginarios sociales, el cual puede aprovecharse, potencializarse, pero es necesario que las entidades responsables de la vigilancia y control de la emisión de contenidos, tengan en cuenta aspectos investigativos y de carácter educativo para aprovechar de la mejor manera lo que se emite por la televisión dirigida a las audiencias infantiles.

En el siguiente gráfico podemos evidenciar un resumen del entramado que existe entre los objetivos con las conclusiones, que al final nacen de esta investigación.

CONCLUSIONES FRENTE A CADA OBJETIVO PLANTEADO



Bibliografía

- Barbero, J.M. (2006) Recepción de medios y consumo cultural: travesías. Bogotá, Colombia: convenio cultural Andrés Bello.
- Baudrillard, J. (1978). Cultura y Simulacro. Barcelona España: Kairós
- Berger, P. y LUCKMAN,T. (1987). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortú.
- Bonilla, E. & Rodríguez, P. (1995). Más allá del dilema de los métodos. Bogotá: CEDE
- Bourdieu, P (2012). Una mirada a la investigación sobre medios, violencia y escuela. Scielo, Chile.
- Castillo, C. (2006) Medios masivos de la comunicación y su influencia en la educación. Recuperado de: <http://odiseo.com.mx/bitacora-educativa/2006/06/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion>
- Castells, M (2009) Comunicación y poder. Madrid España: Alianza Editorial
- Castells, M (2012) Comunicación en la era digital. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Casado, J. (2009) La televisión. Inconvenientes para el niño. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2009/08/14/saluddelnino/1250266268.html>
- Certeau, M (2000) La invención de lo cotidiano 1: artes de hacer. México D.F: Instituto tecnológico y de estudios superiores de occidente.
- Cohen, D. (1998) La violencia en los programas televisivos. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1215192>
- Freire, P. (1975) pedagogía del oprimido. Barcelona, España. Editorial siglo XXI.

Freire, P. (2009) “La Educación como Práctica de la Libertad”. (Prólogo de Julio Barreiro).1971. 3ª edición. Editorial Tierra Nueva. Montevideo, Uruguay. pp 1.

Fuenzalida, V. (1985) Impacto de la televisión educativa en la infancia. México

Fuenzalida, V. (2002) Televisión abierta y audiencia en América Latina. Buenos Aires, Argentina: Editorial Norma

Fuenzalida, V. (2012) Expectativas educativas de las audiencias televisivas. Bogotá, Colombia.

Fuenzalida, V. (2006) Los niños y la televisión. Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui. Quito, Ecuador

Foucault, M (1975) Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión. México: Siglo XXI

Iriarte, G. (1999) Asesoramiento y apoyo comunitario para la mejora de la educación. Recuperado de: www.revistaeducacion.mec.es/re339/re339.pdf.

Mendoza, L. (2015). Desafíos de la educación. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001591/159155s.pdf>

Muñoz, G. (2017) Entrevista. Bogotá, Colombia.

Orduz, R (2012). Niños, jóvenes: los mayores usuarios de internet. Bogotá, Colombia.

Orozco, G. (1991) La audiencia frente a la pantalla; una exploración del proceso de recepción televisiva. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/70827909/Orozco-Gomez-La-Audiencia-Frente-a-La-Pantalla>

Orozco, G. Investigar para transformar: la educación de la tele-audiencia. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/54577561/Guillermo-Orozco-Gomez-Investigar-para-transformar-la-educacion-de-las-tele-audiencias>

Orozco, G. (2001) Televisión, audiencias y educación; Televidencias y mediaciones. Pág. (39-62). Editorial Norma. Bogotá, Colombia.

Pavez, I (2012). Sociología de la Infancia: las niñas y los niños como actores sociales. Revista de sociología, N° 27 pp. 81-102. Obtenido de <http://www.anales-ii.ing.uchile.cl/index.php/RDS/article/viewFile/27479/29152>

Rojas, V. (2008). Influencia de la televisión y videojuegos en el aprendizaje y conducta infanto-juvenil. Revista de pediatría. Recuperado de: http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0370-41062008000700012&script=sci_arttext

Rubiano, H y Arguello, L. (2010) Recepción televisiva de la audiencia infantil con características de desplazamiento forzado. Scielo, Bogotá, Colombia

Sedeño, A (2005). Emoción y hábitos de los niños frente a la televisión. Comunicar núm. 25, Huelva, España.

Sunkel, G (2006) El consumo cultural en América Latina: construcción teórica y líneas de investigación. Bogotá Colombia: Convenio Andrés Bello.

Torres, A. (2012) La construcción del objeto y los referentes teóricos en la investigación social. La práctica investigativa en ciencias sociales. pp 15-43. Editorial UPN. Bogotá, Colombia.

Unesco (2004). Participación de las familias en la educación infantil latinoamericana. Santiago, Chile.