
Félix Ortega Mohedano

fortega@usal.es

Profesor de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca. España.

Claudia Pereira Galhardi

claudiagalhardi@usal.es

Contratada postdoctoral en la Escuela Nacional de Salud Pública. Fundación Oswaldo Cruz. Río de Janeiro. Brasil.

Juan José Igartua

jigartua@usal.es

Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Departamento de Sociología y Comunicación. Universidad de Salamanca. España.

Recibido

20 de marzo de 2015

Aprobado

5 de junio de 2015

© 2016

Communication & Society

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.29.3.sp.49-68

www.communication-society.com

2016 – Vol. 29(3),

pp. 49-68

Cómo citar este artículo:

Ortega Mohedano, F., Pereira Galhardi, C. & Igartua, J.J. (2016). Análisis de las producciones mediáticas en Brasil frente a las audiencias infanto-juveniles: una aproximación cuantitativa. *Communication & Society* 29(3), 49-68.

Análisis de las producciones mediáticas en Brasil frente a las audiencias infanto-juveniles: una aproximación cuantitativa

Resumen

Este artículo tiene el propósito de señalar el incumplimiento de la ley de radiodifusión de las emisoras de televisión abierta comercial en Brasil frente a la protección de los derechos de los niños y adolescentes a una producción y programación infantil de contenidos educativos. El consumo de televisión es la actividad principal de ocio de los niños. El 75,4% de la población infanto-juvenil brasileña reconoce la existencia de contenidos inapropiados que ellos no deberían visualizar en la televisión, con el agravante del libre acceso que las nuevas tecnologías les posibilitan a la hora de seleccionar la programación en el aparato de televisión y otros dispositivos. La mayoría de las investigaciones en comunicación sobre recepción y consumo infanto-juvenil de televisión en las últimas décadas concluyen mayoritariamente sobre los efectos negativos del consumo televisivo no seleccionado y no acompañado de referentes adultos, así como sobre los efectos perjudiciales que en el comportamiento de los niños y adolescentes una dieta audiovisual no seleccionada puede llegar a tener. Presentamos los datos de una investigación empírica cuantitativa realizada mediante análisis de contenido en los principales canales de televisión de los Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul y Salvador de Bahía en Brasil. Los resultados indican la existencia de una ideología empresarial que marcaría, por encima de cualquier compromiso social, la programación masiva de programas destinados a un público adulto y una insignificante programación y producción de contenidos orientados y/o adecuados a las franjas orientadas al consumo del público infantil.

Palabras clave

Contenidos, televisión, recepción infantil, efectos, violencia

1. Introducción

Como objeto de análisis científico, toda investigación en comunicación mediática no debe ser aproximada únicamente a través de una perspectiva analítica (Igartua, 2006). Se parte también de la idea que

todo estudio en el sector audiovisual tiene como premisa que los medios de comunicación producen algún tipo de efecto cognitivo sobre las audiencias (Bryant & Zillmann, 1996). No obstante, los resultados de las principales investigaciones sobre consumos audiovisuales en los últimos años en occidente ya advierten sobre los efectos negativos que una dieta televisiva audiovisual no seleccionada e inapropiada puede tener sobre los hábitos y el comportamiento del público infantil.

En Brasil se añade a esta coyuntura una escasa producción científica de análisis de la producción y consumos audiovisuales, carentes estos de un análisis metodológico riguroso. Se aprecia en nuestro estudio el incumplimiento reiterado de las emisoras de televisión en Brasil del marco legal vigente y de una escasa o nula producción de programas educativos para el público infantil, una masiva exposición de contenidos destinados al público adulto y una escasa producción de programas exhibidos en consonancia con las franjas horarias planificadas. La televisión como espejo de identidad nacional (Wolton, 1998) así como la industria audiovisual de un país desempeña un papel en las sociedades contemporáneas que en el pasado competía más a la familia y la escuela, y que hoy es día es una potente institución socializadora (Igartua, 2007) al menos de carácter complementario u otras instituciones y medios de comunicación.

En este contexto, un estudio realizado por la Secretaria Nacional de Justicia brasileña, (Dejus, 2008) reveló a través de una encuesta a 2002 hogares visitados que todos los hogares en Brasil poseían al menos un aparato de televisión, y un 49,1% dos o más aparatos. Por motivos laborales, el 55,5% de los entrevistados adultos declaraba ausentarse del domicilio a lo largo de la semana en horario laboral. El 75,4% de los niños y adolescentes entrevistados en esta encuesta reconocen la existencia de contenidos inapropiados que ellos no deberían visualizar en la televisión y que sus padres no les autorizarían. Los encuestados adultos admiten sentir preocupación por los programas que los niños y los adolescentes visualizan frecuentemente en televisión. Entre los formatos que causaban más temor fueron los relativos a contenidos con escenas de sexo, violencia, drogadicción, así como el desarrollo de actitudes poco éticas. Partiendo de esta situación nos planteamos a continuación las hipótesis de nuestro estudio.

2. Enunciado del problema

Este artículo surge de una investigación empírica cuantitativa desarrollada en el año de 2012 en la Universidad de Salamanca, basada en la realización de un análisis de la programación y distribución de las producciones mediáticas de las estaciones de TV abierta de mayor audiencia en Brasil, ubicadas en los Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul y Salvador de Bahía. Dentro de las conclusiones más significativas uno de los fenómenos hallados en el mencionado estudio lo presentamos en este artículo relativo a las producciones orientadas al público infantil en dichos canales. El resultado significativo es que existe una escasa producción y distribución de contenidos destinados al público infantil en estos estados, una parrilla dominada por géneros destinados al público adulto y ausencia de programas educativos.

3. Estudios de recepción: un acercamiento teórico

Las principales investigaciones sobre los efectos de la exposición de niños y adolescentes a escenas de sexo y violencia en la televisión observaron en los últimos años que el excesivo consumo de contenidos violentos sin mediación parental o de un adulto puede influir en el comportamiento agresivo ulterior del público infanto-juvenil. Los primeros y principales trabajos sobre el impacto de contenidos de violencia y sexo de los medios y su influencia en los niños y adolescentes, han sido desarrollados históricamente en Estados Unidos. En los

últimos 40 años se han cuantificado unos 3.500 estudios en EEUU sobre el tema de televisión y violencia (Mídia e Infância, 2012).

Uno de los trabajos precusores sobre infancia y medios fue desarrollado por el Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior en 1972 en Estados Unidos: *Television and growing up: the impact of televised violence: Report to the Surgeon General, United States Public Health Service*. Esta investigación mostró que los contenidos exhibidos en la televisión estaban cargados de violencia y que, la estadística de niños expuestos a contenidos violentos sólo se incrementaba en años sucesivos, la dieta audiovisual no mejoraba.

En este contexto, varias organizaciones americanas que estudian la violencia y los medios, en una reunión de la Comisión Directiva del Congreso Nacional de Salud Pública de Estados Unidos sobre Salud Pública, el 26 de julio de 2000, afirmaron que se daba una relación causal entre violencia en los medios y el comportamiento agresivo detectado en niños, fundamentado en más de mil estudios científicos (estaban, por ejemplo, la Academia Norte-Americana de Pediatría, la Academia Norte-Americana de Psiquiatría para Niños y Adolescentes, la Asociación Norte-Americana de Psicología, la Asociación Médica Americana y la Asociación Norte-Americana de Psiquiatría). Las instituciones con más de 30 años de experiencia científica en estos campos de análisis concluyeron que el consumo de programas de entretenimiento violento puede conducir a el individuo al aumento de actitudes, valores y comportamientos violentos, especialmente los niños (Mídia e infância, 2012).

Las contribuciones de otros países sobre los efectos en el receptor infanto-juvenil ante la televisión, también concluyen mayoritariamente que el consumo televisivo no seleccionado y guiado tiene efectos negativos en el comportamiento de los niños y adolescentes. Recogiendo algunos importantes trabajos sobre el tema en cuestión, citaremos el estudio *Young People's Perception of Violence on the Screen* (Unesco, 1997) realizado en la Universidad de Utrecht en Holanda, que reveló la predisposición de los niños a desarrollar una fascinación por los héroes violentos.

Por otro lado, la investigación *Children, adolescents and the media* reveló que la exposición de los niños y adolescentes a los contenidos sexuales vehiculados por los medios de comunicación puede estar relacionada con una iniciación más precoz a la actividad sexual y al desarrollo de conductas de riesgo en edades tempranas (Strasburger, Wilson & Jordan, 2009). En este sentido, la investigadora Helena Thorfinn (2002) realizó un estudio para la institución *Save the Children* ubicada en Suecia, buscando desvelar la relación entre los contenidos de obras audiovisuales y el comportamiento del público infanto-juvenil. Los resultados de dicha investigación revelaron que los reflejos de conducta pueden ser influenciados por elementos negativos llevando al individuo a comportamientos violentos ulteriores. En sentido contrario, los contenidos que presentan elementos pasivos y positivos conducen a conductas efectivas, como el altruismo, amistad y solidaridad.

Desde esta perspectiva, la investigación *La infancia construida: efectos prosociales y antisociales de los contenidos televisivos* (2008), desarrollada por el investigador Dr. Juan José Igartua, del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales de la Universidad de Salamanca, evidenció en su estudio resultados muy concluyentes acerca de que la exposición de niños y adolescentes a contenidos televisivos violentos pueden influir en el comportamiento del público infantil. El 10% de la conducta agresiva deriva de la exposición a los contenidos violentos mientras los contenidos de carácter prosocial impactan un 5% en el comportamiento de dicho público.

4. Contexto brasileño: cuestiones teóricas metodológicas en las investigaciones de la audiencia infantil

En lo relativo a los estudios brasileños de recepción, la principal producción académica de los años 90 es un estudio realizado por Nilda Jacks (2005). Mediante una aproximación histórica, la investigadora realizó una revisión longitudinal de los estudios de recepción más relevantes desarrollados en Brasil. El objetivo central del estudio fue identificar, a través de una estrategia analítica, la existencia e interpretación en dichas investigaciones de las siguientes variables y técnicas: objeto de estudio, problema de investigación, premisas epistemológicas y teóricas, modelo teórico-metodológico, hipótesis, muestra, procedimientos y técnicas de investigación, tendencias disciplinares, principales resultados, autores y obras fundamentales analizadas, principalmente. Es sorprendente señalar que en este periodo se identificaron en el marco de la academia 135 estudios sobre la televisión, siendo únicamente 16 los que adoptaron un abordaje sociocultural, apoyados en bases teóricas desarrolladas en América Latina, y únicamente 4 presentaron perspectivas de teorías comportamentales, seguido del uso del paradigma funcionalista, conjugada con la teoría de los usos y gratificaciones.

El diagnóstico de las producciones científicas revisadas, que incluyeron tesis y tesinas, concluyó que estas presentan debilidades en la aplicación de la metodología y divergencias teóricas y analíticas. Se revela además un discurso hegemónico basado en orientaciones comportamentales asociadas a técnicas de investigación que utilizan principalmente cuestionarios. En contrapartida, en relación con los estudios de las audiencias infantiles, se establecen fundamentalmente criterios para dar a conocer el poder de apropiaciones e interpretaciones de los contenidos; también cómo se dan los procesos de interferencia en la construcción de la realidad y la imaginación en los niños, y consecuentemente la preferencia por ellos de la programación.

Por otro lado, algunos de los estudios se ocuparon de investigar cómo la escuela y la familia actúan en la incorporación de los contenidos mediáticos televisivos en el universo infantil. Se apreció el establecimiento de métodos y técnicas globales o parciales, ausencia de un análisis textual de los contenidos y herramientas metodológicas principales como cuestionarios, entrevistas individuales complementadas mediante observaciones etnográficas, grupos focales y de dibujos como actividades de análisis pos-exposición de los niños a contenidos infantiles en televisión. Finaliza la autora de este estudio indicando que, entre todas las debilidades halladas, una de las más significativas es que en muy pocas investigaciones se explicitan las metodologías y técnicas seguidas en las investigaciones para alcanzar las conclusiones. Se advirtió una falta de claridad en la definición y selección de la muestra de estudio y una incoherencia recurrente entre los procedimientos adoptados. Las gran mayoría de los estudios se podrían catalogar consecuentemente como de dudoso rigor científico.

Kasprzak (1997) examinó en su tesina el formato de la serie *Caballeros del Zodiaco*. Aplicando una técnica de observación participante, apuntes de campo y entrevistas individuales, la investigadora constató la asociación entre poder, violencia y fuerza en las representaciones de los personajes. Comprobó que los receptores infantiles desarrollan un perfil violento, imitando a los personajes en los juegos.

En un estudio sobre la violencia en la televisión (*Televiolencia: Una reflexión necesaria*), Petrônio Domingues (2007) constató que una parte de los dibujos animados en televisión presentan mensajes relacionados con una incitación a una “apología de la violencia”. El autor afirma que representaciones groseras en las películas y dibujos animados tienden a presentar escenas de violencia en un espacio de tiempo entre dos a tres minutos de forma alternada. En este contexto, un niño que visualice tres horas de contenidos de televisión como dibujos y/o películas al diario, tras 30 días de consumo habrá estado expuesto a un

total de entre 60 a 90 escenas de violencia representadas en estas obras audiovisuales de forma implícita, explícita, verbal o física. Los niños y adolescentes, como manifiesta Domingues, pueden sufrir un incremento en sus estados de ansiedad ante estas dietas audiovisuales, sin competencia ni mediadores adecuados para ajustar la realidad a los consumido en televisión.

Al reflexionar sobre la relación entre la violencia presente en los géneros de los dibujos animados y la construcción de la subjetividad, Mareuse (2007) a través de una metodología descriptiva y cualitativa diagnosticó positivamente que los niños reconocen e imitan el comportamiento de los personajes de los dibujos animados en sus juegos cotidianos.

Desde una perspectiva cuantitativa, realizamos una investigación en Brasil con el objetivo de examinar qué ofertaban a las audiencias las emisoras de televisión abierta comercial de programación generalista en el Estado de São Paulo, siendo las operadoras analizadas Red Globo, Red Record y Sistema Brasileño de Televisión (SBT). Con un enfoque metodológico empírico respaldado en la técnica de análisis de contenido, se monitoreó una muestra representativa de 4026 programas, realizada a lo largo de 8 meses del año 2012. Los resultados del estudio mostraron que durante el año analizado únicamente el 5,6% de las obras audiovisuales estuvieron destinadas a un público infanto-juvenil. También se evidenció que la única emisora que emitía contenidos educativos, tenía por *target* el público adulto en estos contenidos. Un elemento particularmente notable de la programación analizada es la presencia mayoritaria de dibujos animados de importación extranjera, es decir, producción no brasileña (Galhardi & Ortega, 2012).

5. Clasificación indicativa: los mecanismos del estado frente al mercado televisivo nacional

El Ministerio de Justicia de Brasil en el año 2006, a través de la Secretaria de la Justicia, basado en el decreto 4.991 de febrero de 2004, ejerció la función directiva de establecer normas y directrices para el análisis y la clasificación indicativa de los productos audiovisuales en sus mercados audiovisuales. El decreto encargaba al Departamento de Justicia, Clasificación, Títulos y Calificación, clasificar las obras audiovisuales emitidas por la televisión estableciendo como criterios de análisis los contenidos considerados inapropiados que contuvieran escenas de sexo, drogas y violencia, obligando a las emisoras a que exhibieran programas en consonancia con las franjas horarias establecidas y vigentes (Dejus, 2006).

Técnicamente, son atribuidos a los contenidos la franja horaria en conformidad con las escenas contenidas en las producciones y asignando franjas horarias determinadas para su transmisión, siendo su clasificación:

- Franja libre: programas adecuados para la exhibición desde las 6:00 hasta las 20:00 horas.
- Inadecuadas para menores de 10 años: escenas de erotismo, conflicto físico o verbal leves, lenguaje despreciativo, palabrotas, expresiones peyorativas y el consumo de drogas legales o ilegales.
- Inadecuadas para menores de 12 años: transmisión de los contenidos permitida en los horarios desde las 20:00 hasta las 21:00: escenas de desnudez, insinuación de sexo, erotismo, escenas de conflicto, consumo repetido de drogas lícitas o ilícitas, narración detallada de crímenes o actos violentos, exposición de personas a situaciones conflictivas.
- Inadecuadas para menores de 14 años: transmisión de los contenidos permitidos en los horarios desde las 21:00 hasta las 22:00: escenas detalladas de desnudez, relaciones sexuales, escena o simulación de violencia, lenguaje obsceno, consumo explícito y repetido de drogas legales o ilegales.

- Inadecuados para menores de 16 años: transmisión de los contenidos permitidos en los horarios desde las 22:00 hasta las 23:00: relación sexual, asociada a desnudez, violencia realista, escena real o simulación de armas, asesinato, tortura o estupro y consumo de drogas ilícitas en exceso.
- Inadecuados para menores de 18 años: transmisión de contenidos permitidos en los horarios desde las 23:00 hasta las 00:00: sexo explícito, pornografía, violencia excesiva, apología de la violencia, discriminación, xenofobia, uso de drogas ilícitas y suicidio.

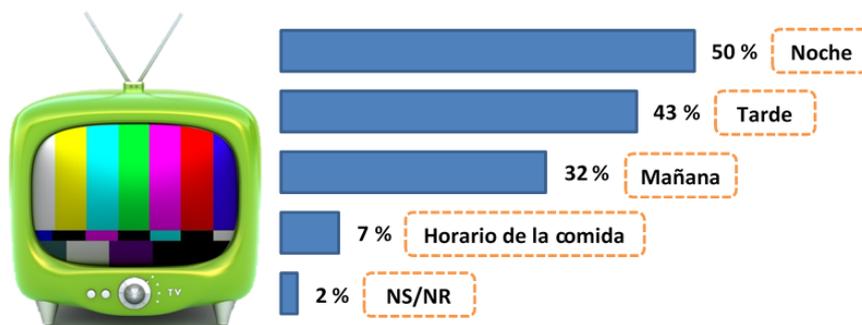
Tabla 1. Clasificación Indicativa: franjas horarias en conformidad con las escenas contenidas en las producciones y establecidos horarios determinados para su transmisión

Símbolo	Clasificación indicativa	Características	Horario de exhibición
L	Libre	No expone a los niños a contenidos potencialmente perjudicial	Exhibición libre
10	No es recomendable para menores de 10 años	Contenido violento o lenguaje inapropiado para los niños aunque en menor intensidad	Exhibición en cualquier horario
12	No es recomendable para menores de 12 años	Las escenas pueden contener agresión, consumo de drogas e insinuación sexual	Exhibición a partir de las 20:00 horas
14	No es recomendable para menores de 14 años	Contenidos más violentos y/o lenguaje más acentuado	Exhibición a partir de las 21:00 horas
16	No es recomendable para menores de 16 años	Contenidos más violentos o contenidos sexuales más intensos, con escenas de tortura, suicidio, violación o desnudo total	Exhibición a partir de las 22:00 horas
18	No es recomendable para menores de 18 años	Contenidos violentos y sexuales extremos, escenas de sexo, encesto, actos repetidos de tortura, mutilación o violación	Exhibición a partir de las 23:00 horas

Fuente: Adaptación propia a partir de Dejus, 2009

En este contexto, en el año 2014, el Ministerio de la Justicia, realizó una investigación en las cinco regiones de Brasil (Norte, Nordeste, Sudeste, Centro Oeste y Sul) para identificar el consumo de las producciones de televisión de niños y adolescentes, entre 3 a 16 años. Con una muestra representativa de 3023 entrevistados el estudio presentó los siguientes datos:

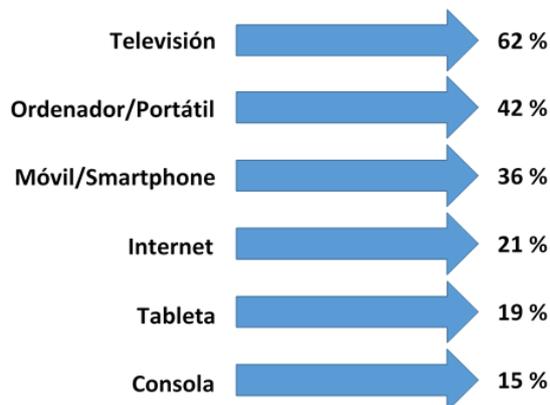
Tabla 2. Horarios en que los niños y adolescentes ven la televisión



Fuente: Adaptación propia a partir de Dejus, 2014

En la actualidad es muy relevante el tiempo que los niños dedican diariamente a consumir televisión. Como indican los datos, la preferencia de franja horaria de los niños y adolescentes se presenta mayoritariamente entre el periodo de la tarde y de la noche. A esta tendencia se asocia además el agravante del libre acceso no supervisado que muchos de estos niños tienen a una programación de la televisión abierta no orientada a este *target*, así como el uso de nuevas plataformas de comunicación y entretenimiento, como se puede comprobar en los siguientes datos:

Tabla 3. Medios de comunicación mas utilizados por niños y adolescentes



Fuente: Adaptación propia a partir de Dejus, 2014

No obstante, el propio órgano regulador presenta diversas reflexiones relacionadas con los problemas enfrentados en la aplicación de las reglas de juego. Hemos citado las normativas y procedimientos adoptados por la DEJUS, siendo los más relevantes extraídos los extraídos del documento elaborado por el Ministerio de Justicia, Secretaría Nacional de Justicia y Departamento de Justicia, Títulos y Calificaciones. Publicado en el año de 2006, el escrito que lleva el título de “*Classificação Indicativa: construindo a cidadania na tele da tevê*” advierte que los críticos de la *Clasificación Indicativa* alegan coherentemente la inexistencia actual de estudios científicos que analicen la programación y/o investiguen los potenciales efectos negativos que en los niños y adolescentes puede tener la actual programación televisiva en estos grupos y franjas horarias en Brasil. No obstante, otra cuestión es señalada por el propio DEJUS: la de que sin investigación de la realidad programática conducimos a ciegas.

En lo que se refiere, por ejemplo, la relación de la televisión con el universo infanto-juvenil [...] tenemos en Brasil pocas (y laudable, es verdad) investigaciones que busquen dar cuenta de esta realidad [...] el bajo número de investigaciones realizadas por centros académicos nacionales, favorece también las argumentaciones de las empresas que hay un amplio desconocimiento acerca de los impactos de la televisión sobre los niños brasileños. En la visión del sector privado, tal hecho, impediría la proposición de cambios significativos en el aparato regulatorio (Dejus, 2006: 40).

Otra cuestión relevante es la relativa a la técnica y aproximación metodológica de análisis a realizar. El propio DEJUS analiza los desafíos, limitaciones y orientaciones indicando la escasa formación y capacitación de los equipos de analistas-investigadores que realizan estas funciones. Es frecuente encontrar en el sector empresarial privado cómo los productores y distribuidores emiten una visión crítica sobre la actuación de los analistas, cuya labor asocian más a la censura que a la supervisión y protección de la audiencia. Según

la coordinación del departamento, tal nomenclatura peyorativa les causa efectos asociados a “frustraciones, indignación y desagrado” de su función supervisora y de clasificación (Nunes & Reis, 2006: 108).

Reconocidos como el cuerpo técnico, los analistas son seleccionados según la “capacidad analítica de los candidatos”, orientados con bases y “criterios del cuadro normativo apropiado”, es decir, “la presencia de escenas de sexo, violencia y drogas en niveles elevados en el entendimiento infanto-juvenil” (Nunes & Reis, 2006: 108). Lo que no queda claro es qué clase de capacitación formativa, formación analítica es utilizada para la selección de los analistas y a la vez qué clase de criterios son aplicados para la aprobación o no de los contenidos adecuados para ser emitidos finalmente en la programación destinada al público infanto-juvenil. El procedimiento no es claro ni transparente y presenta zonas grises en su aplicación.

6. Metodología de la investigación

6.1. Aplicación del análisis de contenido como herramienta metodológica

Tras más de medio siglo sujeto a la designación genérica de análisis “tradicional de contenido”, en nuestros tiempos la técnica más antigua y central a estos estudios es definida como análisis de los mensajes manifiestos y latentes de un cuerpo de comunicados (Krippendorff, 2013; McQuail, 2013). Conceptualizada por E. Berelson como “una técnica de investigación que tiene por finalidad la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones” (1952: 18), independientemente de si los indicadores son cuantitativos o no, para que el método obtenga el valor de un análisis científico, necesita someterse a tres reglas relevantes que garanticen los resultados (Kientz, 1974; Igartua, 2006; Bauer, 2007; Bardin, 2011).

En primer lugar, el análisis de contenido debe ser *objetivo*. Esta exigencia es fundamental para la investigación científica, una vez que implica la descripción clara de los criterios adoptados de clasificación de las variables. Se trata de impedir toda y cualquier intervención subjetiva, características personales o diferencias individuales en la descripción de los fenómenos que puedan existir entre los analistas o codificadores, permitiendo que los mismos criterios operativos puedan ser reproducidos por otro grupo de investigadores, obteniendo los mismos resultados.

Segundo, el análisis de contenido debe ser *sistemático*. Implica que los contenidos o mensajes seleccionados para el análisis deben explicitar sistemáticamente las reglas aplicadas en el proceso de codificación, utilizando con fidelidad uniforme un único sistema de evaluación.

El análisis de contenido, finalmente, debe ser *cuantitativo*. Cuantificar es una característica particular del análisis de contenido. Esa tercera consideración permite que en un estudio de análisis de contenido se viabilice la clasificación sistemática de una gran cantidad de material ordenado minuciosamente por categorías, convirtiéndolo en una serie de datos numéricos susceptibles de ser tratados de forma estadística y, a partir de ese conjunto de cifras obtener los resultados esperados (Kientz, 1974; Igartua, 2006; Bauer, 2007). Esta técnica se aplica a todas las formas de comunicación, independientemente de su naturaleza. El método de análisis de contenido de mensajes prioriza el código lingüístico que en la práctica puede o no dissociarse, presentándose en dos funciones:

1- La primera como una función heurística: el análisis de contenido enriquece el intento exploratorio, aumenta la propensión al descubrimiento. Es el análisis de contenido para ver lo que da.

2- La segunda en función de administración de la prueba: Hipótesis bajo la forma de cuestión o de afirmación provisionales, sirviendo de directrices, apelando para que el método

de análisis sistemático sirva para ser verificadas en el sentido de una confirmación o de una afirmación. Es el análisis para servir de prueba confirmatoria o no (Bardin, 2013: 30).

Como todo método de investigación, el análisis de contenido se estructura en una serie de fases. La construcción del corpus metodológico, debe realizarse de una forma explícita que permita a otros investigadores en distintos momentos y circunstancias aplicar la misma técnica y obtener resultados equiparables a los estudios anteriores, completándolos y/o verificándolos en espacios de análisis coherentes. Debe igualmente establecer un perfil metodológico apropiado y un diseño de investigación eliminando los sesgos que se pueden suceder en las producciones científicas (Kientz, 1974; Krippendorff, 1990, 2013; Igartua, 2006; Casetti & Di Chio, 1999). Además es relevante entender que todo método o técnica de investigación requiere una ejecución por etapas evitando de esa forma la paradoja de contar por contar (Igartua, 2006).

Tabla 4. Diseño metodológico

DISEÑO METODOLOGICO	
Pasos en el análisis de contenido	
P1	• Definición conceptual de las variables
P2	• Operacionalización de las variables relevantes
P3	• Elaboración del libro de códigos y de la ficha de análisis
P4	• Selección de los contenidos a analizar
P5	• Pilotaje del proceso de codificación
P6	• Codificación de la muestra
P7	• Chequeo de la fiabilidad del proceso de codificación
P8	• Análisis de los datos y elaboración del informe de la investigación

Fuente: Adaptación propia a partir de Igartua, 2006.

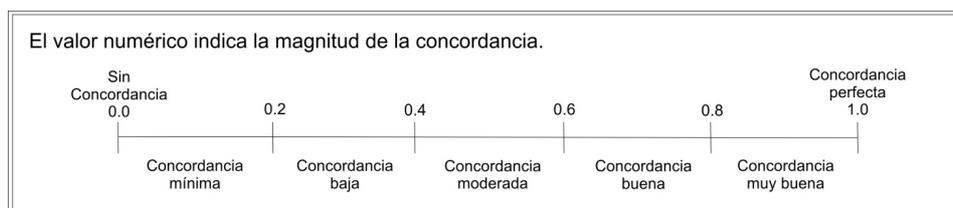
El objeto de esta investigación reside en examinar, para dar a conocer qué tipo de producciones mediáticas reciben el público infanto-juvenil, la distribución de los contenidos transmitidos por las emisoras ubicadas en el Estado de São Paulo, a saber: Red Globo, el Sistema Brasileño de Televisión y Red Record, en el Estado de Rio Grande do Sul, y afiliadas RBS, SBT y Red Record, y en el Estado de Salvador de Bahía, afiliadas Red Bahía de Televisión, TV Itapoan y TV Aratu. Con un enfoque metodológico cuantitativo, se empleó el monitoreo de 19.322 programas transmitidos en el periodo de 16 de enero a 31 de diciembre de 2012. La selección de la muestra representativa se definió de la siguiente manera. En la Selección de Muestra Ortega-Galhardi, (SMOG) se recogen los datos comenzando el primer lunes del mes en curso de cada semana a analizar, y seguido de los demás días de la semana en el sentido diagonal, incluyendo los fines de semana completos. Se analiza la retransmisión a lo largo de las 24 horas de su proyección, con el horario inicial a las 6:00 y el horario final a las 5:59 de día siguiente día, a partir de la publicación en el periódico *O Estado de São Paulo*. Los respectivos periodos han sido establecidos de la siguiente forma: el periodo "A": (06:00 hasta las 09:59), el periodo "AA":(10:00 hasta las 14:59) el periodo "AAA": (15:00 hasta las 18:59)

el periodo “AAAA”: (19:00 hasta las 23:59) y el periodo “AAAAA”: (00:00 hasta las 05:59. A continuación le mostramos los pasos seguidos aplicados en esta investigación.

6.2. Contraste de la fiabilidad de la codificación

Para contrastar la calidad de los datos de un estudio de análisis de contenido es necesario que los datos pasen por la evaluación de fiabilidad del proceso de codificación. La aplicación del coeficiente de *Kappa de Cohen* consiste en que distintos codificadores (o jueces) que evalúan un mismo material obtengan en la mayoría de las decisiones de codificación de las unidades de análisis el mismo grado de concordancia en cada variable que compone el libro de códigos. A partir del índice de concordancia de las evaluaciones de los distintos codificadores, se calculará un índice que indicará el nivel de concordancia entre los intercodificadores (Igartua, 2006). Tomando como base la sistematización de la fiabilidad intercodificadores del proyecto se procedió a sortear al azar 2026 programas de los 19.322 programas examinados, tomando el 10% de las unidades de análisis. Cabe precisar que el nivel de acuerdo entre los dos observadores se aproximó a 1.0, lo que corresponde a una concordancia perfecta según los indicadores de la tabla siguiente.

Figura 1. Indicadores de niveles de concordancia entre intercodificadores



Fuente: (Sociedad Peruana de Bioestadística, 2010).

7. Panorama cuantitativo de los géneros vehiculados según periodo de transmisión en la parrilla en los tres estados representativos en Brasil

Cabe precisar que realizamos la interpretación de los datos más relevantes en cuanto a la programación destinada al público infantil, en consonancia con las franjas establecidas por el Ministerio de la Justicia.

Es significativo señalar que del total de la programación emitida a lo largo del periodo analizado, únicamente un 4,9% fueron dibujos animados, y el 0,2% fueron programas infantiles destinados al público infanto-juvenil – de producción netamente nacional-. El 4,9% de los dibujos animados se dividiría entre un 2,6% producción nacional Brasileña y un 2,3% de productos importados en exclusiva de EE.UU.

El género dibujo animado se programó en tres franjas principalmente: en la franja A con un 11,0% del total de los géneros distribuidos en dicho periodo, en la franja doble AA, con una suma de 9% y con un 3% en el periodo de la madrugada. Los programas infantiles se ofrecieron en el periodo doble A con un 0,9%. Como ya hemos mencionado los programas educativos producidos por dicha emisora fueron destinados en exclusiva al público adulto.

Tabla 5. Género por periodo de transmisión y cadena Red Globo en el Estado de São Paulo en el año 2012

	Género	Periodo de transmisión					Total
		A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1	Telediario	19.7	27.8	17.8	26.5	7.8	19.2
2	Reportaje	46.7	1.1	0.7	2.1	1.9	10.6
3	Entrevista	0.0	5.0	0.0	0.0	8.4	3.2
4	Revista electrónica	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0	0.9
5	Auditorio	0.0	7.2	10.1	4.3	0.9	4.0
6	Dibujo animado	11.0	9.2	0.0	0.0	3.0	4.9
7	Telenovela	0.0	0.0	43.4	34.4	0.7	13.1
8	Series	0.0	0.4	0.0	0.6	0.9	0.4
9	Telefilm	0.0	0.0	0.0	2.5	3.0	1.2
10	Película	0.0	3.1	11.8	7.7	21.0	9.3
11	Deportivo	0.6	2.8	6.8	0.6	2.9	2.5
12	Texto Periodístico	5.0	17.5	0.0	0.0	4.9	5.8
13	Musical	0.0	0.9	0.7	0.0	5.4	1.7
14	Talk show	0.0	9.4	0.0	0.0	0.4	2.0
15	Reality Show	0.0	0.0	2.4	5.6	3.6	2.2
16	Infantil	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.2
17	Humorístico	0.0	2.0	0.0	5.6	0.0	1.4
18	Educativo	0.0	0.0	0.0	0.0	27.4	7.1
19	Misa	7.6	0.0	0.0	0.0	8.1	3.6
20	Propaganda política	0.0	3.9	0.0	5.2	0.0	1.7
21	Variedades	9.3	8.8	7.0	0.2	0.0	4.8
22	Eventos	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la investigación. Utilizamos concepto periodo y/o franja de emisión indistintamente y de forma equivalente.

En el Sistema Brasileño de Televisión, el dibujo animado se presentó en dos periodos: el periodo A con el 1,8% y en el periodo doble A con un 15,4%, sumando un total de 2,8% de transmisión de dicho género que se dividen en el 0,4% de producción nacional y el 2,4% de producción de Estados Unidos.

El segundo género “destinado a los niños y adolescentes” es el programa infantil (de producción nacional) con un expresivo 25,8% de exhibición en el primero periodo el A. Dicho género también se presenta en el horario *prime time* con un 5,2%, totalizando el 4,8% de los contenidos emitidos en el periodo analizado. Es significativo señalar la ausencia de programas educativos en la programación.

Tabla 6. Género por periodo de transmisión y cadena Sistema Brasileño de Televisión en el Estado de São Paulo año 2012

	Género	Periodo de transmisión					Total
		A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1	Telediario	20.8	0.0	2.7	19.7	26.1	15.7
2	Reportaje	27.9	0.0	0.6	5.8	2.0	5.9
3	Entrevista	0.0	0.0	0.0	0.0	3.5	1.0
4	Documentario	8.1	0.0	4.4	0.0	0.8	2.1
5	Auditorio	0.0	6.9	14.7	5.0	0.0	4.8
6	Dibujo animado	1.8	15.4	0.0	0.0	0.0	2.8
7	Telenovela	0.0	13.6	32.7	5.8	0.0	9.1
8	Series	15.5	54.8	14.7	9.1	31.1	25.0
9	Telefilm	0.0	5.4	0.0	0.2	32.9	10.8
10	Película	0.0	0.0	0.0	9.5	3.2	3.1
11	Musical	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.6
12	Talk show	0.0	0.0	15.0	0.0	0.0	2.5
13	Infantil	25.8	0.0	0.0	5.2	0.0	4.8
14	Humorístico	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	1.5
15	Propaganda política	0.0	3.9	0.0	3.7	0.0	1.5
16	Variedades	0.0	0.0	15.0	16.2	0.5	6.4
17	Game show	0.0	0.0	0.0	10.4	0.0	2.4
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la investigación

Tabla 7. Género por periodo de transmisión y cadena Red Record en el Estado de São Paulo año 2012

	Género	Periodo de transmisión					Total
		A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1	Telediario	81.0	28.8	11.1	24.7	0.8	28.3
2	Reportaje	4.3	3.6	0.6	0.8	12.9	4.4
3	Entrevista	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	0.2
4	Documentario	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	0.2
5	Revista electrónica	0.0	0.0	0.0	6.1	0.0	1.8
6	Auditorio	0.0	0.0	26.5	9.0	0.0	6.0
7	Dibujo animado	2.6	19.9	0.6	0.0	0.0	4.9
8	Telenovela	0.0	0.0	0.0	23.1	0.0	6.8
9	Series	6.2	0.4	16.7	3.4	7.8	5.8
10	Telefilm	0.0	0.0	1.2	7.7	21.9	6.8
11	Película	0.0	8.5	5.6	1.3	1.6	3.3
12	Deportivo	1.0	1.4	1.9	0.3	0.0	0.8
13	Texto Periodístico	0.0	9.6	1.2	0.0	0.0	2.3
14	Musical	0.0	0.0	0.0	2.4	0.8	0.9
15	Talk show	0.0	8.9	0.0	6.4	1.6	4.1
16	Reality Show	0.0	0.0	0.0	6.9	3.9	2.8
17	Humorístico	0.0	0.0	0.0	6.9	3.9	0.8
18	Culto religioso	4.8	0.0	0.0	0.0	42.2	9.2
19	Propaganda política	0.0	4.3	0.6	4.0	0.0	2.2
20	Variedades	0.0	14.6	34.0	4.0	0.0	8.6
21	Game show	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.1
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la investigación.

En la cadena Record-SP se emitió un 4,9% de dibujos animados exclusivamente de importación de Estados Unidos. Este género se presentó en tres periodos: el periodo A con un 2,6%, el periodo doble A con una suma de 19,9% y en periodo triple A con un pírrico 0,6%.

Tabla 8. Género por periodo de transmisión y cadena Red Brasil Sul en el Estado de Rio Grande do Sul año 2012

	Género	Periodo de transmisión					Total
		A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1	Telediario	19.4	29.0	8.6	29.7	6.7	18.9
2	Reportaje	45.8	0.3	0.3	0.6	5.0	10.4
3	Entrevista	0.0	4.4	0.3	0.0	7.2	2.8
4	Revista electrónica	0.0	0.0	0.0	5.8	1.9	1.6
5	Auditorio	0.0	6.6	10.8	4.5	1.0	4.0
6	Dibujo animado	11.6	7.6	0.0	0.0	3.1	4.7
7	Culinario	1.3	0.3	0.0	0.0	0.0	0.3
8	Telenovela	0.0	0.0	50.0	30.6	0.4	12.9
9	Series	0.0	0.2	0.0	0.4	3.1	0.9
10	Telefilm	0.0	0.0	0.0	3.2	1.8	1.1
11	Película	0.0	3.2	13.0	8.9	19.0	9.0
12	Deportivo	0.6	0.2	6.6	1.3	1.5	1.7
13	Texto Periodístico	4.9	20.2	0.3	0.9	5.4	7.0
14	Musical	3.2	1.0	0.3	0.6	7.7	3.0
15	Talk show	0.0	8.6	0.0	0.0	0.3	2.0
16	Reality Show	0.0	0.0	2.8	5.8	0.3	1.6
17	Infantil	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	0.1
18	Humorístico	0.0	0.7	0.0	5.0	0.0	1.1
19	Educativo	0.0	0.0	0.0	0.0	27.0	6.8
20	Misa	3.2	0.0	0.0	0.0	8.6	2.8
21	Propaganda política	0.0	1.9	0.0	2.6	0.0	0.9
22	Variedades	9.9	12.8	7.2	0.4	0.0	5.8
23	Eventos	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	0.6
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la investigación.

Afiliada a la Red Globo, la Red Brasil Sul ubicada en el Estado del Rio Grande do Sul mostró los siguientes datos: del total de la programación se emitieron el 4,7% del género dibujos animados, siendo la distribución por origen: 2,6% de producción nacional y 2,1% de producción de importación de Estados Unidos. Dicho género se fraccionó en tres periodos: el periodo A con una suma del 11,6%, el periodo doble A con un porcentaje del 7,6% y curiosamente en el periodo de la madrugada con un 3,1%. Nótese que la emisión de los programas infantiles (contenidos de producción nacional) tuvo lugar en el periodo doble A con un porcentaje del 0,7%.

Tabla 9. Género por periodo de transmisión y cadena Sistema Brasileño de Televisión en el Estado de Rio Grande do Sul en el año 2012

	Género	Periodo de transmisión					Total
		A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1	Telediario	25.3	12.3	0.0	18.7	24.4	17.1
2	Reportaje	27.1	0.0	0.6	5.5	2.9	5.9
3	Entrevista	0.0	0.0	0.0	0.4	3.4	1.1
4	Documentario	3.4	0.0	7.2	0.0	0.6	1.8
5	Auditorio	0.0	5.8	15.8	4.9	0.0	4.5
6	Dibujo animado	3.8	11.5	0.0	0.6	0.0	2.8
7	Telenovela	0.0	6.5	39.2	5.3	0.0	8.6
8	Series	9.2	50.9	7.5	14.2	28.6	23.6
9	Telefilm	4.5	8.0	0.0	0.4	33.8	12.1
10	Película	0.0	0.0	0.0	7.9	5.0	3.2
11	Musical	4.8	0.0	0.0	2.3	0.6	1.4
12	Talk show	0.0	0.0	15.3	0.0	0.0	2.4
13	Infantil	21.9	2.0	0.0	4.9	0.0	4.5
14	Humorístico	0.0	0.0	0.0	4.5	0.0	1.0
15	Propaganda política	0.0	2.8	0.0	2.8	0.0	1.1
16	Variedades	0.0	0.3	15.3	17.8	0.5	6.6
17	Game show	0.0	0.0	0.0	9.8	0.0	2.2
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la investigación

En la afiliada del Sistema Brasileño de Televisión, en la SBT-RGS, se observa la distribución del género dibujo animado en tres periodos: el periodo A con un 3,8%, en el periodo doble A con una suma de 11,5% y en el periodo *prime time* con un porcentaje del 0,6. Del total del 2,8% los contenidos de dibujos animados exhibidos a lo largo del periodo analizado el 0,3% son de producción nacional y el 2,5% de importación exclusivamente de Estados Unidos. Los programas infantiles de producción netamente nacional en este Estado, se distribuyen en el primero periodo con un 21,9%, con el 2,0% en el segundo periodo (el doble A) y en el periodo estelar con un 4,9%.

En la cadena afiliada de Red Record en el Estado de Rio Grande do Sul, se aprecia un incremento en el género dibujos animados con un total del 8,6% de producción exclusiva de Estados Unidos que se distribuye: en el primero periodo se encontró un 12,2%, y en el periodo doble A con un relevante 27,7%. Ya en el tercero periodo se emitió un 3,4% del total de la programación analizada en el periodo de investigación.

Tabla 10. Género por periodo de transmisión y cadena Red Record en el Estado de Rio Grande do Sul en el año 2012

	Género	Periodo de transmisión					Total
		A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1	Telediario	68.7	33.6	18.0	30.3	1.1	30.4
2	Reportaje	0.0	0.0	0.0	0.5	15.5	3.0
3	Entrevista	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	0.4
4	Revista electrónica	0.0	0.0	0.0	5.8	0.0	1.7
5	Auditorio	0.0	0.0	23.9	6.8	0.0	5.3
6	Dibujo animado	12.2	27.7	3.4	0.0	0.0	8.6
7	Telenovela	0.0	0.0	0.0	19.9	0.7	5.8
8	Series	5.3	0.3	12.2	2.7	3.7	4.1
9	Telefilm	0.0	0.0	0.0	6.6	17.3	5.1
10	Película	0.0	0.0	12.7	1.0	2.6	2.5
11	Deportivo	1.2	0.9	0.5	0.2	0.0	0.6
12	Texto Periodístico	0.4	16.7	2.4	0.0	0.0	4.1
13	Musical	7.7	0.0	0.0	3.6	1.8	2.7
14	Talk show	0.0	7.9	0.0	5.3	0.4	3.3
15	Reality Show	0.0	0.0	0.0	10.4	2.6	3.4
16	Humorístico	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.5
17	Culto religioso	4.5	0.0	0.0	0.0	48.3	9.8
18	Propaganda política	0.0	3.1	0.0	3.2	0.0	1.6
19	Variedades	0.0	9.7	26.8	3.6	0.7	7.1
20	Game show	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.1
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la investigación

Tabla 11. Género por periodo de transmisión y cadena Red Bahía de Televisión en el Estado de Salvador de Bahía en el año 2012

	Género	Periodo de transmisión					Total
		A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1	Telediario	19.8	26.5	18.3	27.5	6.0	19.3
2	Reportaje	45.4	0.2	0.0	1.7	4.2	10.2
3	Entrevista	0.0	5.8	0.0	0.0	4.2	2.2
4	Revista electrónica	0.0	0.0	0.0	5.5	0.0	1.1
5	Auditorio	0.0	7.2	10.3	4.4	4.2	5.0
6	Dibujo animado	9.8	8.2	0.0	0.0	4.4	4.7
7	Telenovela	0.0	0.0	46.2	31.1	0.0	13.2
8	Series	0.0	0.3	0.0	0.8	1.1	0.5
9	Telefilm	0.0	0.0	0.0	3.2	3.9	1.6
10	Película	0.0	3.5	12.8	8.5	20.8	9.3
11	Deportivo	1.2	0.9	2.5	2.7	1.3	1.6
12	Texto Periodístico	4.9	22.3	0.0	0.0	3.2	6.6
13	Musical	0.0	0.9	1.0	0.0	3.2	1.1
14	Talk show	1.6	11.7	0.0	0.0	0.3	2.9
15	Reality Show	0.0	0.0	2.8	5.9	2.3	2.1
16	Infantil	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.1
17	Humorístico	0.0	0.5	0.0	5.3	0.0	1.2
18	Educativo	1.8	0.0	0.0	0.0	31.1	7.7
19	Misa	7.0	0.0	0.0	0.4	8.9	3.5
20	Propaganda política	0.0	2.3	0.0	2.8	0.0	1.1
21	Variedades	8.6	9.2	2.0	0.2	0.0	4.0
22	Eventos	0.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.6
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la investigación

Afiliada a la Red Globo, la Red Bahía ubicada en el Estado Salvador de Bahía, muestra los siguientes resultados: del total de la programación retransmitida el 4,7% correspondió al género dibujos animados. La nacionalidad de producción se distribuyó de la siguiente forma: 2,6% de producción nacional y 2,3% de producción de importación de EE.UU. En cuanto a los periodos el dibujo animado se transmitió en el periodo A con un 9,8%, en el segundo periodo el doble A con un 8,2% y en el periodo de la madrugada con un 4,4%. La emisión de programas infantiles (con contenidos de producción nacional) se circunscribe al periodo doble A con un porcentaje ínfimo del 0,5%.

Tabla 12. Género por periodo de transmisión y cadena TV Aratu en el Estado de Salvador de Bahía en el año 2012

	Género	Periodo de transmisión					Total
		A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1	Telediario	19.5	9.4	13.8	24.9	12.9	15.5
2	Reportaje	20.3	23.3	10.3	10.8	2.7	12.9
3	Entrevista	0.0	0.0	0.0	0.2	7.3	2.0
4	Documentario	3.0	0.0	5.4	1.8	0.8	2.0
5	Auditorio	0.0	1.5	15.9	5.1	0.0	3.7
6	Dibujo animado	1.4	8.5	0.0	0.7	0.0	2.2
7	Telenovela	0.0	2.8	28.5	3.8	0.0	5.9
8	Series	7.2	2.3	3.6	0.2	35.5	12.2
9	Telefilm	0.0	0.7	0.0	0.7	20.1	5.7
10	Película	0.0	0.0	0.0	3.5	5.2	2.0
11	Texto Periodístico	0.5	7.1	0.0	0.0	0.0	1.6
12	Musical	0.0	3.3	0.0	2.4	0.1	1.1
13	Talk show	0.5	0.0	10.7	0.0	4.6	3.1
14	Reality Show	0.0	2.8	0.0	0.2	0.0	0.6
15	Infantil	5.9	13.5	0.0	6.6	0.0	5.0
16	Humorístico	0.0	0.0	0.0	4.6	0.0	0.7
17	Culto religioso	27.8	0.0	0.2	0.0	10.2	8.2
18	Propaganda política	0.0	2,3	0.0	2.6	0.0	0,9
19	Variedades	5.6	19.9	10.5	23.0	0.6	10.8
20	Game show	1.6	2.5	1.3	8.8	0.0	2.4
21	Quiz show	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0
22	Televenta	6.6	0.2	0.0	0.0	0.0	1.3
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la investigación

La afiliada del Sistema Brasileño de Televisión, la TV Aratu en el Estado de Salvador de Bahía, se observa una distribución del género dibujo animado en tres periodos: el periodo A con el 1,4%, en el periodo doble A con un total del 8,55% y en el periodo *prime time* con un porcentaje de 0,7%. El 2,2% de los contenidos de dibujos animados exhibidos correspondieron a un importación exclusiva de Estados Unidos. Hemos constatado en este

Estado una significativa reducción del género infantil alcanzando un 5,9% en el primero periodo, un 13,5% en la franja doble A y un 6,6% en el *prime time*.

Tabla 13. Género por periodo de transmisión y cadena TV Itapoan en el Estado de Salvador de Bahia en el año 2012

	Género	Periodo de transmisión					Total
		A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
1	Telediario	60.4	24.8	15.9	27.3	0.9	26.6
2	Reportaje	0.8	0.0	0.0	0.2	13.8	2.1
3	Documentario	0.0	0.0	0.0	0.0	0.7	0.2
4	Revista electronica	0.0	0.0	9.2	2.3	0.0	2.1
5	Auditorio	0.0	0.0	22.3	6.9	0.0	5.5
6	Dibujo animado	6.7	12.2	2.4	4.9	0.0	6.0
7	Telenovela	0.0	0.0	0.0	18.1	0.5	5.1
8	Series	5.1	0.2	6.8	13.0	6.0	6.4
9	Telefilm	0.0	0.0	0.0	4.4	5.5	2.0
10	Película	0.0	0.0	9.6	1.6	8.3	3.1
11	Deportivo	0.8	0.7	0.8	0.0	0.0	0.4
12	Texto periodista	0.4	10.9	1.6	0.0	0.0	3.1
13	Musical	0.0	2.2	0.0	3.5	0.5	1.6
14	Talk show	0.0	6.2	0.0	4.9	0.9	3.1
15	Reality show	0.0	0.0	0.0	6.7	8.3	3.0
16	Humorístico	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	0.4
17	Culto Religioso	23.1	8.7	3.2	0.2	51.8	13.9
18	Propaganda política	0.0	2.7	0.0	3.2	0.0	1.6
19	Variedades	2.7	31.3	28.3	2.1	0.0	13.7
	Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia a a partir de los datos de la investigación

En la televisión afiliada Itapoan del Estado de Salvador de Bahía se distribuyó el género dibujo animado como indicamos a continuación: En el periodo A se emitió un 6,7%, seguido del segundo periodo el doble A con un 12,2% y únicamente un 2,4% en la franja triple A. Es destacable señalar la presencia de un 4,9% de este género infantil en el horario estelar (AAAA). Nótese que el 6,0% de la emisión de dibujos animados fueron netamente de producción americana.

8. Conclusiones

El panorama que hemos contrastado es el de la presencia en “la ventana más hermosa del hogar tan consumida por la infancia y adolescencia” –la Televisión– de una programación de las emisoras abiertas televisivas en Brasil destinada prácticamente en exclusiva a un público adulto, y una inexistente atención a programas que satisfagan las necesidades de “servicio público” educativas y de entretenimiento del público infanto-juvenil.

Esta realidad se agrava más aún con la reducción progresiva de la oferta de contenidos infantiles en las emisoras abiertas, que en la actualidad es un fenómeno que se consolida en

las emisoras comerciales en abierto en Brasil en los estados analizados. Únicamente en las emisoras cabeza de red del Estado de São Paulo, se observó una disminución del 1,2% de los géneros de dibujos animados, como se puede apreciar en los datos presentados entre las evoluciones de las investigaciones realizadas en los periodos de 2009 a 2012 (Galhardi & Ortega, 2009, 2012). Ante esta situación, es preciso recordar que además hemos constatado la persistencia de una programación de cariz violento en las producciones audiovisuales emitidas, siendo esta característica una variable descriptiva casi histórico-social de la programación en Brasil. Las investigaciones que contextualizan la relación de la televisión con el público infanto-juvenil, sobre todo los análisis de la programación televisiva y el impacto de estos contenidos en el comportamiento y desarrollo de los niños y adolescentes, son escasos en Brasil. Los aspectos socioculturales son factores que determinan e influyen en la forma de la producción, circulación y consumo de los productos mediáticos.

En este contexto, la penetración de las tabletas y teléfonos inteligentes entre el segmento infanto-juvenil en Brasil en el año 2015 se sigue situando por debajo del 15% (Emarketer, 2014) y entre el 22%-30% (Google TI & Emarketer, 2014) respectivamente. La programación y grupos de comunicación analizados no cuentan todavía con una presencia significativa de aplicaciones multimedia con contenido audiovisual como en otros mercados audiovisuales más avanzados, con redes de comunicación inalámbricas más extendidas y de velocidad superior a los 10MB/s. Nuestra previsión es que Brasil se incorporará al consumo multipantalla audiovisual a medida que se desarrolle la infraestructura y penetre la sociedad de la información en todos los segmentos poblacionales, y en particular entre los consumidores natos digitales. Al igual que sucede en los países con mercados audiovisuales más desarrollados de la OCDE como Estados Unidos, Japón, Reino Unido y Alemania, entre otros, Brasil –en sus estados y ciudades con rentas per cápita más altas– está llamada a liderar este proceso en Latinoamérica con un desfase que prevemos será cada vez más convergente en años a la distancia que todavía persiste entre estos mercados y los indicadores de desarrollo y penetración de la Sociedad de la Información.

Tales lagunas en el conocimiento científico en Brasil motivan la necesidad científica de promover en el país la realización de estudios sobre violencia en los medios, con adecuaciones teóricas y metodológicas al contexto nacional (Njaine & Minayo, 2004). Nuestra investigación avanza en este sentido aportando al conocimiento científico la realidad programática brasileña.

Es significativo señalar que este es uno de los principales argumentos que esgrime el sector privado de la industria televisiva en Brasil cuando es cuestionado sobre la emisión de contenidos violentos presentes en la programación televisiva. Alegan la inexistente y escasa producción científica en los centros académicos que contrasten tales fenómenos y sus efectos (Dejus, 2006). Seamos consecuentes, sigamos investigando y dotemos a estos grupos de investigación de financiación y recursos humanos con competencia para hacerlo, pongamos un canon al sector audiovisual privado para que cofinancien estos como beneficiarios finales de una auditoría de calidad. Esta argumentación es usada para la realización de cambios significativos en la reglamentación de contenidos, ignorando de esta manera su participación y obligación como medio socializador, formador de opinión pública y psicosocial de los niños y adolescentes (Ceccarelli, 2001).

Mientras tanto, las redes nacionales de televisión y sus afiliadas siguen con su flujo libre, atendiendo exclusivamente a unas directrices marcadas por un mercado que funciona ineficientemente al no preocuparse de sus clientes más permeables ni en producciones ni franjas relevantes ni contenidos. Legislemos correctamente y verifiquemos que la ley se cumple para regular y corregir un mercado ineficiente a la luz de los datos mostrados. En este entorno de expansión de nuevos canales de televisión, de generalización de los contenidos de masa y de las nuevas plataformas de comunicación, lo que se averigua es un declive en la reglamentación de los contenidos transmitidos y un descontrol de los límites

sobre lo que debería ser aceptable o no para el público infanto-juvenil. Convendría claramente una dieta audiovisual protegida de contenidos violentos (McQuail, 2013) y más poblada, en mejores franjas horarias, de contenido más educativo y de calidad contrastada educativo-comunicativa.

En este contexto, resaltamos la necesidad de investigaciones que examinen los elementos que componen las obras audiovisuales de la industria cultural televisiva destinada al público infanto-juvenil. Se requieren estudios continuos en la interpretación de las nuevas formas de representación audiovisual y de los elementos que componen las distintas articulaciones representativas implícitas en los contenidos audiovisuales, para así comprender mejor los diversos tipos de violencia, sobre todo en un momento de constante evolución de los medios comunicacionales e informacionales de la industria cultural brasileña (Njaine & Minayo, 2004) e internacional.

En definitiva, debemos seguir realizando estudios de análisis y supervisión para así velar por la provisión de una correcta dieta mediática para la infancia. Si el sector audiovisual demanda estudios fidedignos, se precisa hacer análisis científico y auditoría independiente para que así la actual dieta infanto-juvenil televisiva empiece de verdad a educar y no a deformar a las futuras generaciones de Brasil. Si seguimos sin velar por un correcto funcionamiento de la misión educativa y de entretenimiento de nuestros proveedores de televisión, el *target* infantil seguirá sufriendo una programación a todas luces, utilizando la metáfora alimenticia, “poco saludable y dañina para la salud”.

Referencias

- Bardin, L. (2011). *Análises de Conteúdo*. São Paulo: Almedina Brasil.
- Bauer, M.W, & Gaskell, G. (2007). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes.
- Behavior, S.G.s.S.A.C.o.T.a.S. (1972). *Television and growing up: the impact of televised violence. Report to the Surgeon General, United States Public Health Service*. Washington: Department of Health, Education, and Welfare.
- Casetti, F., & Chio, F.D. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Ceccarelli, P.R. (2001). *Os efeitos perversos da televisão*. In M.C.M. Comparato & D.d.S.F. Monteiro (Eds.), *A criança na contemporaneidade e a psicanálise* (pp. 75-86). Casa do Psicólogo.
- Condori, J.A.S. (2010). *Análisis de datos clínicos y epidemiológicos*. 2011. Retrieved from: www.bioestadistico.com.
- Cordeian, W., Gaitan, J.A., & Orozco, G. (1996). *A televisão e as crianças*. *Comunicação & Educação* 7, 45-55.
- Dejus (Departamento de Justiça, C.T.e.Q.) (2008, January 10). *Radiodifusão de Conteúdo Inadequado: a Classificação Indicativa e os Direitos Humanos*. Retrieved from <http://culturadigital.br/classind/sobre-2/material-de-apoio/pesquisas-e-centros-academicos/>.
- Dejus (Departamento de Justiça, C.T.e.Q.) (2009, November 15). *Classificação Indicativa: informação e liberdade de escolha*. Retrieved from: http://www.justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/cartilh_informacaoliberaldadeescolha.pdf
- Dejus (Departamento de Justiça, C.T.e.Q.) (2014, March 15). *Classificação Indicativa: O comportamento das crianças /adolescentes e dos pais/responsáveis em relação ao uso*

- das mídias. Retrieved from: <http://pt.slideshare.net/justicagovbr/pesquisa-classificao-indicativa-ipespe-opinio-pblica>.
- Domingues, P. (2007). *Televiolência. Uma reflexão necessária fragmentos de cultura. Fragmentos de cultura 17(4)*, 747-756.
- Emarketer (2014, May 10). *Mobile Internet Access in Brazil to Drive Social Usage*. Retrieved from <http://www.emarketer.com/Article/Mobile-Internet-Access-Brazil-Drive-Social-Usage/1011198>.
- Fisch, S. (2005). *Children's learning from television. Television 18*, 10-15.
- Galhardi, C.P. (2014). *Investigación de los flujos en Brasil: Análisis de la parrilla de programación de la televisión en los Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul y Salvador de Bahía, 2012*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Galhardi, C.P., & Ortega Mohedano, F. (2012). *Propuesta metodológica para el análisis de contenido de la parrilla de televisión en Brasil: Análisis de un caso práctico en los Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Estado da Bahía*. Paper presented at the Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación, Segovia. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=4228799>
- Infância, M.E. (2012). *O impacto da exposição de crianças e adolescentes a cenas de sexo e violência na TV*. Retrieved from: <http://www.ciranda.org.br>
- Jacks, N. (2002). *Estudos brasileiros de recepção: a produção acadêmica da década de 90*. Porto Alegre: PPGCom/UFRGS.
- Justiça, M.D. (2006). *Classificação Indicativa: Construindo a cidadania na tela da TV*. Brasília: Secretaria Nacional da Justiça.
- Kasprzak, R.G. (1997). *Desenhos animados em tempo de violência: uma contribuição para pensar a construção de valores sócio-morais em crianças pré-escolares*. Rio Grande do Sul: Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Retrieved from: <http://www.lume.ufrgs.br/bistream/handle/10183/16432/000194632.pdf> (Last consulted 1/12/2014).
- Kientz, A. (1974). *Para analizar los mass media*. Valencia: Fernando Torres.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis: An introduction to its methodology*. Los Angeles: Sage.
- Mareuse, M.A.G. (2007). *A representação infantil da violência na mídia: uma perspectiva para repensar a educação*. São Paulo: Universidade de São Paulo.
- McQuail, D. (2013). *Teorias da comunicação de massas*. Porto Alegre: Penso.
- Njaine, K. & Minayo, M.C.D.S. (2003). *A violência na mídia como tema da área da saúde pública: revisão da literatura. Ciência & Saúde Coletiva 9(1)*, 201-211.
- Nunes, J.C., & Reis, M.C.B. (2006). *Analista de classificação indicativa: história, desafios e perspectivas*. In J.E.E.R. et al. (Eds.), *Classificação Indicativa no Brasil: desafios e perspectivas*. Brasília: Ministério da Justiça.
- Igartua, J.J. (2006). *Métodos Cuantitativos de Investigación en Comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J.J. (2007). *La infancia construida: efectos prosociales y antisociales de los contenidos televisivos. Doxa Comunicación 6*, 179-206.
- Strasburger, V.C., Wilson, B.J., & Jordan, A.B. (2009). *Children, adolescents and the media (Vol. 2)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Thorfinn, H. (2002). *Children, ethics, media*. Save the Children Sweden.
- Unesco (1997). *Young People's Perception of Violence on the Screen*. Unesco: Paris.
- Wolton, D. (1998). *Elogio del gran público*. Barcelona: Gedisa.
- Zillmann, D. & Bryant, J. (1996). *El entretenimiento como efecto de los medios*. In D. Zillmann & J. Bryant (eds.). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.