



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO
CARRERA DE PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO:
LICENCIADA EN PERIODISMO

TEMA:
EFFECTOS QUE TIENE EL CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN DE
CANAL UNO EN EL COMPORTAMIENTO DE LAS ADOLESCENTES DE
LA PRE-COOPERATIVA JAIME ROLDÓS AGUILERA

AUTORA:

ROSA PAOLA GODOY QUIÑONEZ

TUTOR:

Msc. FEDERICO GUILLERMO VARAS CHIQUITO

GUAYAQUIL, 2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Para los fines legales pertinentes, Yo Paola Godoy Quiñonez declaro bajo juramento que el Proyecto de Investigación titulado “EFECTOS QUE TIENE EL CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN DE CANAL UNO EN EL COMPORTAMIENTO DE LAS ADOLESCENTES DE LA PRE-COOPERATIVA JAIME ROLDÓS AGUILERA” Son de mi total autoría y ha sido desarrollado con base a una indagación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

De la misma forma, cedo los derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece la ley de propiedad intelectual.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido y veracidad del trabajo.

Autora:

Rosa Paola Godoy Quiñonez

C.I: 0916348782



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la Directora de Carrera de Periodismo de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

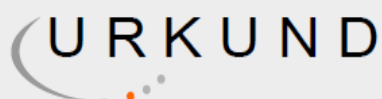
Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: “Efectos que tiene el contenido de la Programación de CANAL UNO en el comportamiento de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:
LICENCIADA EN PERIODISMO

Presentado por la Señorita: Rosa Paola Godoy Quiñonez

Master Federico Guillermo Varas Chiquito

Tutor

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS AGOSTO convertida.docx (D22043274)
Submitted: 2016-09-28 21:58:00
Submitted By: missafroecuatoriana2006@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

1414528265_946__Tesis%252BMarco%252BLegal.docx (D11974994)
<https://www.healthychildren.org/Spanish/ages-stages/teen/Paginas/Stages-of-Adolescence.aspx>
https://prezi.com/lz805xgfy4h_/untitled-prezi/
<http://quees.la/influencia/>
<http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/33528-programacion-de-radios-y-televison-seran-reguladas-con-la-ley-de>
<http://www.ecuavisa.com/contenido/historia>
<http://mirartvfree.blogspot.com.co/>
<https://medium.com/@joseph0722/derechos-relacionados-con-el-desarrollo-81345a973900>
<https://es.wikipedia.org/wiki/Telerama#Historia>
<http://www.eluniverso.com/2002/05/13/0001/262/9A73D75ACBEA45769982B05CB3C5EC34.html>
https://www.facebook.com/Canal-Uno-Tv-Ecuador-152775808083612/info/?tab=page_info§ion=network&view
<http://repositorio.dpe.gob.ec/handle/39000/65>
<http://www.tctelevison.com/historia>

Instances where selected sources appear:

22



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia,
Tecnología e Innovación

REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO: “EFECTOS QUE TIENE EL CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN DE CANAL UNO EN EL COMPORTAMIENTO DE LAS ADOLESCENTES DE LA PRE-COOPERATIVA JAIME ROLDÓS AGUILERA”

AUTOR/ES:
ROSA PAOLA GODOY
QUIÑONEZ

REVISORES:
MASTER FEDERICO GUILLERMO VARAS CHIQUITO

INSTITUCIÓN:
UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:
CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS:

ÁREAS TEMÁTICAS: SOCIAL

PALABRAS CLAVE:

Influencia, Comunicación, Moda, Televisión, Canal UNO, Adolescentes

RESUMEN:

En este trabajo investigativo y de campo se hará un análisis de la parrilla de programación de Canal UNO y cómo influye en las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

Si bien es cierto, la televisión se toma como un medio educativo, cuestionado en ocasiones como ejemplo de decadencia para las personas en especial los niños, los adolescentes y jóvenes, ya que el ver en exceso programas que no tienen sentido propio ni valores puede ocasionar graves problemas en el comportamiento de los mismos y es allí, según expertos donde se origina la rebeldía, su cambio en la forma de actuar, de pensar, de vestir y el irrespeto hacia sus mayores. Por todo lo expuesto anteriormente y viendo este problema que aqueja en la actualidad al Ecuador se ha propuesto desarrollar este trabajo de investigación que proporcionará un recorrido por la historia de la televisión y producción nacional para poder determinar cuáles

<p>son los programas que causan esta problemática que afecta al hogar y por ende a la sociedad.</p> <p>Para efectuar el proyecto se ha escogido como herramienta principal las encuestas y sondeos a los habitantes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, y se ha procedido a realizar entrevistas a profesionales de los medios de comunicación, con el fin de valorar la posible influencia que poseen los programas televisivos en relación al conocimiento y comportamiento de las adolescentes.</p> <p>La recomendación final de este proyecto debe ir dirigida a los comunicadores y a los dueños de los medios de comunicación a que hagan su trabajo con servicio a la comunidad y a los padres alertarlos de la mala influencia de ciertos programas y que deben estar pendientes de lo que ven sus hijas.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):	<input checked="" type="checkbox"/>	
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: PAOLA GODOY QUIÑÓNEZ	Teléfono:	E-mail: missafroecuatoriala2006@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MSC. WASHINGTON VILLAVICENCIO SANTILLAN DECANO MSC. AMALIA GABINO NEVAREZ PERIODISMO	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR DE PERIODISMO 251	
	E-mail: wvillavicencios@ulvr.edu.ec	

AGRADECIMIENTO

Al término de este ciclo, quiero expresar un profundo agradecimiento a Dios por darme la oportunidad de elegir entre lo bueno, lo malo y derramar sobre mi amor, alegrías y éxitos.

A mi madre y hermana, por ser el pilar fundamental de mi vida, educación y formación de mi carácter, enseñándome valores los cuales me han permitido ser lo que ahora soy.

A mi Esposo por ser mi cómplice, amigo y en ocasiones esa conciencia que me habla de mis defectos y me hace entrar en razón ayudándome y empujándome a seguir mejorando.

A mis Profesores muy en especial a la Socióloga Alba Alarcón y Licenciado Juan de la Cruz, a mi Tutor el Master Federico Varas Chiquito gracias por guiarme y a pesar de que fue largo el viaje al fin llegue, les tome mucho de su tiempo, me supieron esperar y guiar en este camino que la recompensa fue la culminación de este trabajo.

A doña Leonilda, mi abuela, que desde el cielo me cuida y me llena de fuerza para no desmallar y seguir construyendo con paciencia y buenas bases mis sueños.

Gracias a todos por su cariño y confianza.

DEDICATORIA

Le dedico mi trabajo a todas las madres solteras que a pesar de los obstáculos que les brinda la sociedad han logrado encaminar a sus hijos siendo ejemplo de lucha y constancia.

Marcy y Luz Dary este trabajo representa el amor, la perseverancia, la lealtad, el apoyo y la paciencia que solo una madre y amiga pueden brindar.

A mi sobrinos y sobrinas este es un claro ejemplo de que nunca es tarde para realizar nuestros sueños.

RESUMEN EJECUTIVO

En este trabajo investigativo y de campo se hará un análisis de la parrilla de programación de Canal UNO y cómo influye en las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

Si bien es cierto, la televisión se toma como un medio educativo, cuestionado en ocasiones como ejemplo de decadencia para las personas en especial los niños, los adolescentes y jóvenes, ya que el ver en exceso programas que no tienen sentido propio ni valores puede ocasionar graves problemas en el comportamiento de los mismos y es allí, según expertos donde se origina la rebeldía, su cambio en la forma de actuar, de pensar, de vestir y el irrespeto hacia sus mayores. Por todo lo expuesto anteriormente y viendo este problema que aqueja en la actualidad al Ecuador se ha propuesto desarrollar este trabajo de investigación que proporcionará un recorrido por la historia de la televisión y producción nacional para poder determinar cuáles son los programas que causan esta problemática que afecta al hogar y por ende a la sociedad.

Para efectuar el proyecto se ha escogido como herramienta principal las encuestas y sondeos a los habitantes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, y se ha procedido a realizar entrevistas a profesionales de los medios de comunicación, con el fin de valorar la posible influencia que poseen los programas televisivos en relación al conocimiento y comportamiento de las adolescentes.

La recomendación final de este proyecto debe ir dirigida a los comunicadores, y a los dueños de los medios de comunicación a que hagan su trabajo con servicio a la comunidad y a los padres alertarlos de la mala influencia de ciertos programas y que deben estar pendientes de lo que ven sus hijas.

ABSTRACT

In this research and field work will be done an analysis of the program schedule of Channel One and how it influences adolescent Pre-Cooperative Jaime Roldós Aguilera. While it is true, television is taken as an educational medium, questioned at times as an example of decay for people especially children, adolescents and young people, as they see excess programs that do not have their own meaning or values may cause serious problems in the behavior of the same and it is there, experts say where the rebellion originated, its change in the way of acting, thinking, dress and disrespect toward their elders. For all the above and seeing this problem that afflicts today to Ecuador has proposed to develop this research will provide a journey through the history of television and domestic production in order to determine what are the programs that cause these problems affecting home and therefore to society.

To make the project has been chosen as the main tool polls and surveys the inhabitants of the Pre-Cooperative Jaime Roldós Aguilera, and proceeded to conduct interviews with professionals in the media, in order to assess the possible influence TV programs have in relation to knowledge and behavior of adolescents.

The final recommendation of this project should be directed to the journalists and the owners of the media to do their work with community service and parents alerting them of the bad influence of certain programs and should be aware of what they see their daughters.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DE TUTOR.....	iii
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO.....	iv
REPOSITARIO.....	v
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
RESUMEN EJECUTIVO.....	ix
ABSTRACT	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	4
EI PROBLEMA.....	4
1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.2 Formulación del problema.....	4
1.3 Sistematización del problema.....	4
1.4 Objetivos de la Investigación	5
1.4.1 Objetivo General	5
1.4.2 Objetivos Específicos.....	5
1.5 Justificación de la Investigación.....	6
1.6 Delimitación o alcance de la Investigación	7
1.7 Hipótesis.....	7
1.8 Variables Independientes	7
1.9 Variable Dependiente	7
CAPITULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
1.10 Pre-Cooperativa de Vivienda Jaime Roldós Aguilera.....	8
1.11 La Televisión Ecuatoriana.....	10
1.11.1 Canal UNO.....	15

1.12	Tipos de Producciones y Programas de Canal UNO en el Ecuador.....	16
1.12.1	Parrilla de Programación de Canal Uno.....	19
1.13	Marco Legal	28
1.13.1	Constitución del Ecuador: Capítulo II Derecho del Buen Vivir.	28
1.13.2	Código de la Niñez y Adolescencia Capítulo III Derechos, Garantías y Deberes Derechos relacionados con el desarrollo.	31
1.13.3	Ley Orgánica de Comunicación.....	33
1.14	Marco Conceptual	40
1.14.1	Medios de Comunicación.....	40
1.14.2	La Adolescencia.....	42
1.14.3	El Comportamiento	44
1.14.4	Influencia.....	45
1.14.5	La Moda	46
	CAPÍTULO III	47
	MARCO METODOLÓGICO	47
1.15	Paradigma de la Investigación.....	47
1.16	Tipo de Estudio	48
1.17	Tipo de Investigación	48
1.17.1	Investigación de Análisis	48
1.17.2	Investigación de Síntesis.....	48
1.17.3	Investigación Descriptiva.....	49
1.17.4	Investigación Documental.....	49
1.18	Metodología de la Investigación	49
1.19	Población y Muestra.....	50
1.20	Técnicas e Instrumentos de recolección de la Información.....	51
1.21	La Encuesta	51
1.21.1	Tabulación y Gráficos de los Resultados de la encuesta.....	51
1.22	Entrevista.....	65
1.23	Discusión General de los Resultados	68
1.24	Conclusiones	71
1.25	Recomendaciones	73

1.26 Bibliografía.....	75
ANEXOS	78
78	
79	
80	
80	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Directiva Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera	10
Tabla 2	Programas años 1990 Canal UNO	18
Tabla 3	1.- ¿Tus padres controlan los programas que ves en la Televisión?	52
Tabla 4	2.- ¿Qué clase de programas prefieres ver en la televisión Ecuatoriana?	53
Tabla 5	3.- ¿Qué experimentas al ver escenas de violencia en los noticieros de Canal UNO?	55
Tabla 6	4.- Consideras que los programas educativos son:.....	56
Tabla 7	5.- ¿Qué aptitud ves en los presentadores y competidores del reality BLN?	57
Tabla 8	6.- ¿Te sientes identificada con algún Presentador o Participante de algún programa de Canal UNO?.....	59
Tabla 9	7.- ¿Cuál es el personaje de Canal UNO que más te gusta?	60
Tabla 10	8.- ¿Qué opinas de la forma de vestir de los presentadores y participantes de los siguientes programas?	61
Tabla 11	9.- ¿Los adolescentes de tu edad imitan a los presentadores y participantes de los programas de Canal UNO?.....	62
Tabla 12	10.- ¿Los contenidos de la programación de Canal UNO otorgan un aporte positivo a la sociedad?	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1	Parrilla de Programación de Canal UNO	21
Ilustración 2	Pregunta # 1, Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	52
Ilustración 3	Pregunta #2 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	54
Ilustración 4	Pregunta #3 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	55
Ilustración 5	Pregunta #4 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	56
Ilustración 6	Pregunta #5 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	57
Ilustración 7	Pregunta # 6 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	59
Ilustración 8	Pregunta #7 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	60
Ilustración 9	Pregunta #8 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	61
Ilustración 10	Pregunta #9 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	62
Ilustración 11	Pregunta #10 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	63
Ilustración 12	Pregunta #11 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez.....	64
Ilustración 13	Encuesta a las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.....	78
Ilustración 14	Forma de vestir de combatientes BLN en el Programa.....	78
Ilustración 15	Forma de vestir de las participantes de BLN.....	79
Ilustración 16	Forma de vestir de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.....	79
Ilustración 17	Influencia al consumo de productos	80
Ilustración 18	Primera parte del modelo de la encuesta realizada a las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.....	81
Ilustración 19	Segunda parte del modelo de la encuesta realizada a las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera	82

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son parte ya de las familias muy en especial la televisión, que se impone en la vida diaria y en los hábitos de cualquier adolescente de la época, la televisión está en todos los hogares, solo se necesita encenderla.

Según estudios realizados la mayor audiencia de la televisión está en el estrato socioeconómico bajo, atrayendo también gran parte de la media, esto varía porque intervienen otros factores como sexo, clase social, edad, instrucción o nivel cultural “mientras mayor sea la educación menos se ve televisión”.

Los contenidos de programación de los canales de televisión están llenos de mensajes subliminales para cambiar la forma de pensar con respecto a la manera de actuar, vestirse o comer.

Los que hacen televisión tienen una responsabilidad y compromiso grande con la sociedad, porque es un medio con mayor aceptación y a su vez mayor influencia en la audiencia, generando efectos positivos o negativos para el espectador y sobre todo para los adolescentes que no tienen un control completo de lo que piensan.

En Guayaquil hay 8 canales de televisión de señal abierta, por eso es importante analizar la parrilla de programación en este caso se tomará como punto de referencia Canal Uno, que ha sido sancionado y multado algunas veces por La Superintendencia de la Información y Comunicación (Supercom).

La Supercom les recordó que “todo acto tendiente a desacreditar o desprestigiar a las personas, violenta el derecho a la honra y reputación que tienen los seres humanos, el mismo que conforme se lo ha determinado, debe ser considerado en todo momento por los medios de comunicación social, por cuanto se encuentra consagrado y plasmado en la Constitución de la República, en su artículo 66, numeral 18”.

También, subrayo que “la libertad de expresión no constituye una carta abierta para difundir o emitir contenido comunicacional, que irrespeten los derechos fundamentales de la persona”.

El Canal, al informar sobre una menor violada, exhibió el rostro de la niña durante 2 segundos por un “error involuntario”, indicó el medio en su defensa.

Según el organismo, las sanciones son:

1. Por haber difundido información acerca de las niñas, niños y adolescentes, violando sus derechos, según lo establecido en el Código de la Niñez y la Adolescencia, se impuso la multa de 20 remuneraciones básicas mínimas unificadas.
2. Por no privilegiar la protección integral de las niñas, niños y adolescente, especialmente contra el re victimización, así como la difusión de contenidos que vulneren sus derechos, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, se determinó una multa de 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas.
3. Por no evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes y otros eventos similares, se emitió una amonestación escrita al medio de comunicación, previniéndole que mejore dichas prácticas.

Precisamente estos son uno de los puntos que constituyen la base del trabajo de investigación cuyo tema es “Efectos que genera el contenido de programación de Canal Uno en el comportamiento de las adolescentes de 12 a 16 años de edad que viven en la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera” ya que la principal característica de este medio ha sido tener en su programación gran cantidad de producción audiovisual

importante como: noticieros, series, programas de entretenimiento (faranduleros), telenovelas, reality show y hasta un programa que invita a los televidentes hacerse cirugías para cambiar su aspecto físico, haciéndoles creer que todos sus problemas económicos se solucionarán con una simple operación que a la larga podría ser riesgosa.

Este proyecto de investigación es de gran connotación en el ámbito educativo ya que los resultados obtenidos reflejarán con claridad lo que los guayaquileños estamos consumiendo a través de este medio masivo de comunicación. La investigación promueve un estudio exhaustivo y sistemático de la realidad de la parrilla de programación de este medio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La programación de Canal Uno está incidiendo en el comportamiento y modo de vida de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

1.2 Formulación del problema

¿Cuál es la influencia del contenido de la programación de Canal Uno en el comportamiento y modo de vida de las adolescentes de 12 a 16 años de edad de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera al Sur de Guayaquil?

1.3 Sistematización del problema

La televisión en sus programaciones debe de manejar ciertos parámetros por el hecho de ser un medio masivo que todas las adolescentes ven en su hora libre o simplemente por distracción. Las adolescentes se dejan llevar por lo que observan, generando en ellas posturas y comportamientos negativos en su forma de expresarse y afrontar la vida, la televisión les facilita educación informal.

Algunos padres de familia no tienen control de la cantidad de horas y tipo de programación que ven sus hijas, en la actualidad la gran mayoría de hogares tienen algunos televisores en casa, por esa razón las adolescentes están expuestas a la influencia de la televisión, sea esta positiva o negativa.

Es importante analizar las parrillas de las programaciones de los canales de televisión, en este caso por el nivel de importancia que ha adquirido y los efectos que innegablemente incita en los ámbitos familiares, personales, sociales y hasta escolares se tomará como punto de referencia “Canal Uno”, que ha sido sancionado y multado algunas veces por la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM).

La investigación será realizada al Sur de la ciudad de Guayaquil, en la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, con las adolescentes del sector que están expuestas a la programación negativa de Canal Uno donde se transmite violencia, vulgaridad, sexismo, infidelidad, visión superficial del sexo, morbosidad por lo ajeno, uso de lenguaje soez entre otros, sin ninguna correcta supervisión adulta ya que en ocasiones los mismo padres inducen a los hijos a ver televisión para poder hacer sus quehaceres domésticos.

1.4 Objetivos de la Investigación

1.4.1 Objetivo General

Analizar el nivel de influencia del contenido de la programación de “Canal UNO” en el comportamiento y modo de vida de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, al sur de la ciudad de Guayaquil.

1.4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Sistematizar los conceptos teóricos y legales acerca de la programación de la televisión.
- ✓ Identificar la correlación entre la exposición a los programas de mayor audiencia en Canal UNO y la forma de vestir de las adolescentes.

- ✓ Identificar el nivel de influencia que generan algunos programas de Canal UNO en las Adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.
- ✓ Recomendar a los comunicadores y dueños de los medios de comunicación a que prioricen en sus parrillas de programación el objetivo de educar e informar.

1.5 Justificación de la Investigación

Los contenidos de la Programación de los canales de televisión poseen características fundamentales ya que hay programas que aportan aspectos buenos o malos a sus televidentes. En Canal Uno hay programas culturales pero las adolescentes no le dan importancia, prefieren los programas donde se sienten identificadas con algún personaje que con el tiempo llegan a imitar en su forma de hablar o actuar. Según Chomsky Noam “La televisión influye en nuestra realidad, manipula la información, tiene el trabajo de interpretar los sucesos y dárnoslo ya digeridos” (Noam, 1992)

En base a lo anterior nace el interés de la presente investigación para conocer a fondo la importancia que tiene la programación de los medios de comunicación en la vida diaria. Jorge Yarce (1995) afirma que la televisión incide en el cambio de conducta de las adolescentes. Por ello se propone analizar, observar y evaluar los efectos positivos o negativos de la parrilla de programación de Canal Uno en el comportamiento de las adolescentes de 12 a 16 años la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, ya que estos valores pueden afectar a su comportamiento, rendimiento escolar y sus relaciones personales con su familia y amigos.

Se pretende que esta investigación aporte beneficios a las adolescentes, a sus familias, medios de comunicación y a la sociedad en general.

1.6 Delimitación o alcance de la Investigación

El presente estudio se realizará al Sur de la ciudad de Guayaquil en la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera y se trabajará con las adolescentes de 12 a 16 años del sector.

1.7 Hipótesis

El Contenido de Programación de Canal UNO influye de manera negativa en el comportamiento y modo de vida de las adolescentes 12 a 16 de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

1.8 Variables Independientes

El Contenido de la programación de “Canal Uno”.

1.9 Variable Dependiente

El comportamiento y modo de vida de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

En este Capítulo se dará a conocer el contexto en el que se desarrolla la investigación, se hablará de la Historia de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera y de la televisión, enfocándose en Canal UNO, se analizará la parrilla de programación del canal con relación a la Ley Orgánica de Comunicación y el Plan Nacional del Buen Vivir, también se describirá los diferentes conceptos, marcos legales y teorías planteadas por algunos autores que aclaran la percepción que tienen los televidentes hacia las programaciones de los canales de televisión, estudios que servirán más adelante para poder resaltar las influencias de los medios de comunicación, en este caso la televisión.

1.10 Pre-Cooperativa de Vivienda Jaime Roldós Aguilera

La Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, nace a raíz de una invasión que se realizó en 1982 al Sur de la ciudad de Guayaquil cuando todo era Manglar. En canoa con palo y machete en mano las mujeres fundadoras del sector, liderada por el Abogado Jaime Toral Zalamea y Lucho Silva compadre del mismo invadieron esos terrenos que en su tiempo era agua y lodo, llegándose a convertir en lo que ahora es la cooperativa Esmeralda Chiquito, Jaime Roldós Aguilera y Jaime Toral. (Mendoza, 2015)

Con el transcurso del tiempo Lucho Silva fue desapareciendo del sector y es ahí donde Segundo Rodríguez convoca a sus compañeros un 14 de septiembre de 1982

a formar un Comité Barrial para estar más unidos que nunca, el Comité se llamó “14 de septiembre”, conformado por el Presidente que era Segundo Rodríguez, Vicepresidente Dalton Vega, Tesorero Wilson Olvera y la Secretaria Elena Mendoza Montiel. Se dice que cuando las bases no están bien constituidas tienden a caerse fácilmente y esta no fue la excepción, de un momento a otro aparece otro protagonista de la historia llamado Miller Miranda quien sin permiso del Abogado Toral se adueñó de la Pre-Cooperativa por unas horas.

Elena Mendoza junto a grupo de mujeres se resistieron a ser desalojadas, hicieron guardia día y noche, mojadas, llenas de lodo y con el objetivo claro de tener un lugar donde vivir. Después de asegurar bien el territorio, las mujeres eran quienes tenían el poder y formaron otra directiva ya que la anterior se desintegró, la nueva directiva estaba conformada por Elena Mendoza Presidenta, Rosa Tapia Vicepresidenta, Fanny Lara Secretaria y Jesús Zambrano Tesorero.

El 2 de agosto de 1982 el Comité 14 de Septiembre Bajo el Acuerdo Ministerial N° 02409 queda inscrita la Pre-Cooperativa de Vivienda Ab. Jaime Roldós Aguilera, dirección contigua a los claveles 1 en la Subsecretaria de Bienestar Social del Guayas.

Pasaron algunos años y los socios de la Pre-Cooperativa comenzaron a protestar porque se dieron cuenta que parte de la Directiva de la Pre-Cooperativa ya no vivían en el sector, habían vendido sus terrenos. Para evitar que continúe el malestar, el 24 de julio del 2004 se convoca a una Asamblea General a los Socios del Comité “14 de Septiembre” de la Pre-Cooperativa de Vivienda Ab. Jaime Roldós Aguilera y se dio paso a elecciones de la nueva Directiva para el 2005, la misma que quedó integrada tal como se observa en la Tabla 1.

Tabla 1 *Directiva Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera*

CARGO	NOMBRE
Presidenta	Elena Mendoza Montiel
Vicepresidenta	Jesús Zambrano Naranjo
Secretaria	Guadalupe Taboada Alfonso
Pro-Secretaria	Bertha Paz Búcelo
Tesorero	Lucio Flores
Vocales Principales	Amanda Vera Bertha García Benenaula Luzmila Flores
Vocales Suplentes	Esperanza Arreaga Mayra Mendoza Montiel Gustavo Flores (+)

Nota: Elaboración propia basado en archivos del Comité 14 de Septiembre. (Mendoza, 2015)

En la actualidad se mantiene la Directiva del Comité. En la Pre-Cooperativa hay aproximadamente unas 620 familias y en esas familias hay 216 adolescentes de 12 a 16 años de edad, que están expuestas a la influencia de los medios de comunicación. (Mendoza, 2015)

1.11 La Televisión Ecuatoriana

Cuando se habla de la historia de la Televisión Ecuatoriana se menciona a la pareja de soñadores José Rosenbaum Nebel de origen judío-alemán y Linda Zambrano de Rosenbaum esposa manabita originaria de Bahía de Caráquez, ellos tuvieron la

iniciativa por los años 50 cuando vieron la televisión por primera vez en una feria de la tecnológica en Alemania. Impresionados por la innovación deciden importar los equipos tecnológicos y traerlos a conocer en el país, para montar un canal en Guayaquil, llamado Primera Televisión Ecuatoriano (PTVE) pero no lograron hacer la transmisión ya que en el país no existía un reglamento para este tipo de procedimientos y la Dirección General de Telecomunicaciones le negó los permisos.

También se dice que “la llegada de la televisión en el Ecuador está íntimamente relacionada con la organización religiosa establecida en el país desde el 25 de diciembre de 1931: La radio cristiana evangélica HCJB; cuyas siglas significan: “Hoy Cristo Jesús Bendice” y que incluye actividades de tipo evangelizadora y social”. (Mora, 1982, pág. 75)

Los dueños de la radio HCJB, también adquirieron por su parte en el exterior los soportes tecnológicos para la intalación de un canal en la Capital, tampoco fue nada fácil también se les complico igual que PTVE lo de los permisos. Los dos proyectos se unieron para hacer las primeras emisiones y transmisiones de prueba en el país tanto en Quito y Guayaquil los días viernes 1, sábado 9, domingo 10 y domingo 24 de mayo 1959.

Posteriormente, tras una ardua lucha y tras varios intentos para obtener los permisos y apoyo para la instalación de un canal, el 1 de junio de 1960, se le otorgo permiso para operar a la primera televisión ecuatoriana, canal 4 con su sede en Guayaquil que corresponde a la Red Telesistema, actualmente (RTS). El 12 diciembre del mismo año emite la primera transmisión comercial en el país, bajo el modelo norteamericano y el apoyo técnico de Presley Norton.

RTS (conocido originalmente como Telecuatro), más tarde Canal 4 pasó a convertirse en TELESISTEMA, el 19 de septiembre del 2005 se convirtió, en RTS, un canal con una visión joven y dinámica, dispuesta a innovar y evolucionar.

HCJB (Hoy Cristo Jesús Bendice) fue el segundo canal ecuatoriano al que se le otorgó el permiso de funcionamiento, actualmente conocido como “Teleamazonas”, bajo la aprobación del presidente José María Velasco Ibarra en 1961. (Carlos, 2015)

Teleamazonas: fue fundado por el empresario Antonio Granda Centeno en 1972 cuando adquirió la frecuencia de HCJB, en sus inicios se llamó Televisora del Amazonas, luego se consolidó en “Teleamazonas”. En 1973 se desarrolló la primera red nacional en color cubriendo toda la nación, inclusive llegando hasta el norte del Perú y fue en Latinoamérica el cuarto País en incorporar este servicio luego de Brasil, México y República Dominicana. También fue el primero en transmitir el Campeonato Nacional de Fútbol.

Televisora Nacional (Ecuavisa): el 1 de marzo de 1967 empieza la primera transmisión de Ecuavisa, tras salir al aire el noticiero producido en Guayaquil por sus propios redactores, reporteros, camarógrafos y conductores. El canal se convirtió en la primera empresa televisiva de signo periodístico que partía de la experiencia forjada en Editores Nacionales. Su fundador fue Xavier Alvarado Roca que por motivo de estrategia en cuanto a cobertura instaló el canal en el Cerro del Carmen, con el nombre de “Canal 2” y posteriormente “Ecuavisa”.

Pasaron tres años de su nacimiento y Ecuavisa se proyectó a la ampliación de su cobertura en territorio nacional. Xavier Alvarado Roca se asoció con Jorge Mantilla Ortega, Director de El Comercio de Quito, para el montaje de Canal 8 en la capital de la República, inaugurado el 1 de junio de 1970 y se denominó “Cadena de la Unidad

Nacional”. Ecuavisa también mantiene la señal “*Ecuavisa Internacional*”, que está dirigida a los migrantes ecuatorianos que residen en EE.UU. (Ecuavisa, 2015)

TC Televisión: fue fundado el 9 de julio de 1968 por el empresario Ismael Pérez Perasso iniciando sus funciones el 30 de mayo de 1969, las primeras emisiones nacieron bajo el nombre de Telecentro las cuales marcaron un hito trascendental en la historia de la televisión ecuatoriana con “Cadena Ecuatoriana de Televisión Canal 10”.

El 15 de septiembre de 1993, Telecentro pasó a llamarse TC Televisión, con una renovada programación cambio de imagen y nombre. Durante 1994 y 1995 empezó una campaña total con Sucuchucupau y luego el RacachacaplúmTC desde ese momento con un nuevo logo, nuevo jingle y nuevos programas.

Se caracterizaron por ser un canal joven, alegre, dinámico, divertido e innovador en sus diferentes campañas publicitarias que posesionaban el canal en el medio televisivo. (TC Televisión, 2016)

En 1997 inaugura su nueva casa ubicada en la Av. de las Américas y calle Abel Romero Castillo y el 8 julio del 2008 fue incautado por la Agencia de Garantía de Depósitos AGD, según por una deuda que mantenía el Grupo Isaías con el Estado y de ese proceso TC Televisión pasó a manos de Sistema Ecuatoriano de Radio y Televisión S.A.

Gama Tv: fue fundado por Marcel Rivas Sáenz, inicio el periodo de prueba de transmisión a partir del año 1976 para luego salir al aire definitivamente en Quito el 18 de abril de 1977 con el nombre de “Telenacional”, la gran demanda de televidentes marco el crecimiento del canal debido a boom televisivo de los años 70’s.

En 1985 el canal cambio su nombre a “Gamavisión” y colocó repetidoras casi en todo el País y luego de eso Marcel Rivas hizo negocios con el grupo Isaías y le vendió casi el 70% del canal. En 1994, se termina la construcción del edificio en Eloy Alfaro 5400 y Río Coca donde funciona Gama TV hasta la actualidad.

Nicolás Vega aparece en 1997 y llegó a ser el gerente de la estación televisiva, cargo que ocupó hasta el día de la incautación del medio el 8 de julio del 2008.

Gamavisión da un giro en su imagen para convertirse el 15 de septiembre de 2008 en Gama TV, un canal de trayectoria con una imagen joven, moderna, alegre, dinámica y divertida bajo el eslogan “Gama donde todo es posible”. (Almeida, 2014)

ETV Telerama: En honor a la Independencia de Cuenca surge el 3 de noviembre de 1993 la señal de “ETV Telerama”, su fundador fue el empresario Juan Eljuri, propietario del Banco del Austro años más tarde, el 30 de noviembre de 1997, inahugura las instalaciones de sus estudios de Guayaquil y el 14 de julio de 2001 inauguró sus estudios en Quito. El canal se convirtió en una de las cadenas más jóvenes en producir y transmitir entretenimiento y cultura, se puede decir que fue el primer canal cultural del Ecuador. (Wikipedia, 2016)

Ecuador Tv: Inicia su señal el 27 de noviembre del 2007, se creó el primer canal público del País. Sus impulsores fueron: Mónica Chuji, Secretaria Nacional de Comunicación, Vinicio Alvarado, Secretario General de la Administración Pública, Eduardo Moreno y Enrique Bayas quienes diseñaron y pusieron en marcha el proyecto, Julia Ortega, Enrique Arosemena, entre otros.

TV Ecuador se caracterizó por ser el canal con la tecnología más avanzada existente en el País.

Siguiendo en el análisis histórico se presentará la historia de Canal UNO que es el medio objeto de estudio.

1.11.1 Canal UNO.

El 6 de noviembre de 1992 salió al aire CRE Televisión Canal 12, que luego salió del aire el 3 de enero de 1994 para dar paso a SíTV (Sistema Integral de Televisión), que el 18 de abril inició sus transmisiones. Al cerrar SíTV el 6 de mayo de 2002 cambia su nombre por el actual CANAL UNO convirtiéndose así en el sexto canal del Ecuador después de RTS Canal 4 de Guayaquil, Ecuavisa Canal 2 de Guayaquil, TC Televisión Canal 10 de Guayaquil, Ecuavisa Canal 8 de Quito y Teleamazonas Canal 4 de Quito.

SíTV era de propiedad de Fernando Aspiazu Seminario, propietario del Banco del Progreso, Diario el Telégrafo, ElectroEcuador y la Empresa Eléctrica del Ecuador (EMELEC). Entre 1996 y 1998, el Banco del Progreso, y su Presidente Fernando Aspiazu, otorgaron préstamos a SíTV, y por esa razón en 1999 al entrar en saneamiento el Banco el canal fue confiscado y vendido a la Conferencia Episcopal Ecuatoriana emitiendo como “Canal de Vida” pero al no poderse mantener se subastó los bienes de dicha cadena entre los canales existentes, Marcel Rivas (quien posee el 35% de acciones del extinto Gamavisión hoy Gama TV) hizo la mejor oferta. Sin embargo, en Quito la señal de Canal Uno (antes SíTV) o continuó en el Canal 40, sino que paso al Canal 12, y lo que fue Canal 13, al Canal 40. Hoy en día su señal está en todas las principales señales del País.

José María Rivas, gerente general del canal en ese tiempo mediante un comunicado de prensa, expreso que Canal Uno arranca “con las mejores fuentes de programación de Televisa de México, Venevisión de Venezuela, América Televisión de Perú, RCN Televisión de Colombia y Univisión de Estados Unidos”.

No se descartó la producción local, “pero primero necesitamos salir con una sólida base y antes de los cuatros meses tendremos nuevos proyectos nacionales”, acoto Rivas.

Marcel Rivas propietario del canal UNO en una entrevista en Diario El Universo dijo que estaban comprometidos a transmitir algunas horas semanales para espacios religiosos ya que “...hay que llenar las necesidades espirituales del telespectador”, y sobre la identidad del Canal manifestó que es de “absoluta independencia y objetividad; alegre, juvenil, mantiene informado y único que viene de uno”. (Barreto, 2002)

En octubre del 2005, Canal Uno Internacional trasmite los programas locales a los Estados Unidos a través de la plataforma Dish Network. Canal Uno Internacional estaba disponible parcialmente para Quito y Guayaquil en el Canal 40 a partir del 2007.

1.12 Tipos de Producciones y Programas de Canal UNO en el Ecuador

Los medios de comunicación audiovisuales deben establecer un balance en su parrilla de programación a proyectar. Hay que tener la parte informativa, educativa, cultural y de entretenimiento. En los inicios la programación de los medios audiovisuales en nuestro país era informativa y educativa, actualmente la televisión es muy variada, por lo cual trata de captar la atención del más pequeño hasta el más grande

de la familia con el solo objetivo de generar más rating y ganancias, sin importar lo que se brinde al televidente.

El *rating* se lo conoce como al número de personas que están viendo algún determinado canal televisivo.

Se puede decir que Canal UNO ha producido diversos programas, algunos se mantuvieron por años líderes en rating y otros duraron solo semanas. Los programas populares más destacados fueron (Chispazos), infantiles (Dr. Expertus y Manzana 12), de entretenimientos (Cántalo, Divinas, Clasificados Uno), noticieros (Noticiero Uno), programas deportivos (De Campeonato, Fútbol Uno) y periodísticos (En Carne Propia).

El Ecuador es un País donde gran parte de la programación que se muestra en las pantallas de la televisión ecuatoriana son comprados a productoras extranjeras, Canal UNO no es la excepción, aunque en muchas ocasiones los directivos apostaron a la producción nacional como se lo puede apreciar en la Tabla 2 que trata de los programas transmitidos en los años 90, había variedad tanto para niños, jóvenes y adultos, producciones nacionales e internacionales.

Tabla 2 Programas años 1990 Canal UNO

#	Programas	Inicio	Final
1	Buen Dato	1992	1994
2	Disco - TK	1992	1994
3	Pronóstico	1992	1994
4	Deporte Visión	1992	1994
5	No te lo Puedo Creer	1992	1994
6	Telediario	1994	2002
7	De Campeonato	1994	Actualidad
8	Guayaquil Caliente	1994	2002
9	Tevemarket	1994	2002
10	A parar la Olla	1994	2002
11	El Dr. Expertus	1994	1996
12	Vox Populi	1994	1996
13	Joao & Priscila	1994	-
14	Made in Ecuador	1994	1995
15	¡Qué Tiro!	1995	1997
16	El Rey de la Playa	1995	1997 (Ecuavisa)
17	Manzana 12	1995	2000
18	Iguana Legal	1995	2000
19	Expertus y Hanna en el mundo jiwivi	1996	1997
20	Línea Azul	1992	2000
21	Cinemagia	1996	1998 (TC)
22	Fantasia en la Playa	1998	2000
23	Samba K-Nuta	1997	1998
24	Chispazos	1997	2000
25	Sin Ánimo de Ofender	1998	2000
26	La PPG	1998	2000
27	Arriba las Mujeres	1999	2000
28	Q'Hubo Ecuador	1998	2000
29	Los Ídolos de la Bola	1998	-
30	Con Muchas Ganas	1999	2000
31	Juego de Manos	1999	2000
32	Las Travesuras de Pepito	1999	2000
33	Días de Nuestras Vidas	1999	-
34	Palabras al Viento	1999	-

Elaboración por: Paola Godoy Quiñonez

1.12.1 Parrilla de Programación de Canal Uno

En la industria televisiva se considera a la audiencia el motor principal de la misma y a la parrilla de programación el enganche para mantener la fidelidad de la audiencia, por lo tanto, esta debe estar relacionada con el tipo de producto o contenidos que se transmiten en el medio.

La parrilla de programación debe tener continuidad, todas las horas previstas de televisión deben de estar ocupadas, es decir que entre programa y programa no exista tiempo muerto. También debe interesar al espectador para que no se desenganche del medio de comunicación. (Grupo Spectus, 1996: pág.24)

Con los cambios constantes que hoy en día los sistemas de televisión vienen atravesando en el mundo, las cadenas televisivas se ven obligadas a variar su programación de acuerdo a las exigencias del consumidor y porque no decir también las exigencias de la Ley Orgánica de Comunicación.

“La programación es un fenómeno con una vertiente claramente industrial, profesional y económica, pero a su vez, posee un innegable componente de comunicación social entre emisora y audiencia”. (León, 2014: pág.74)

Por todo lo expuesto anteriormente es un elemento importante para este trabajo de investigación conocer las franjas horarias, que los medios televisivos deben acogerse según la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), para luego poder analizar parte de la **Ilustración 1** donde se encuentra la parrilla de programación de Canal Uno.

Art. 65. Clasificación de audiencias y franjas horarias: se establecen tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado.

1. **Familiar:** incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público;
2. **Responsabilidad compartida:** la componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta, y;
3. **Adultos:** compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” Y “C”: Apta solo para personas adultas. **(LOC, 2015)**

Las 24 horas del día para los medios de televisivos, según la LOC están divididas en tres categorías y el contenido de la parrilla de programación del Canal UNO debería respetar esa clasificación.

En otros artículos, la ley aclara que el contenido violento sólo podrá transmitirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos. Mientras que el contenido sexualmente explícito, se podrá poner al aire únicamente en la franja de Adultos.

Hora	LUNES 12	MARTES 13	MIÉRCOLES 14	JUEVES 15	VIERNES 16	SABADO 17	DOMINGO 18	Hora	
4:00	Aquí entre nos	De Campeonato (RR)				Continfashow	Continfashow	4:00	
4:50	Abel Lopez Cartomantico				Abel Lopez Cartomantico				
5:00	Aquí entre nos	APRENDAMOS	Aquí entre nos	APRENDAMOS	Aquí entre nos	Aquí entre nos	Aquí entre nos	5:00	
5:30	SECRETOS Y MISTERIOS DEL DESTINO					SECRETOS Y MISTERIOS DEL DESTINO		5:30	
5:45	Noticiero UNO (local)-(Señal de GYE para todo el país-QUITO solo para QUITO)					DINO EXTREMO	DINO EXTREMO	5:45	
6:00						ECUADOR MULTICOLOR	ECUADOR MULTICOLOR	6:00	
6:30						APRENDAMOS	APRENDAMOS	6:30	
7:00	Noticiero UNO Nivel Nacional					MULTICOLOR / 07H15 CANTINFASHOW	ECUADOR MULTICOLOR	7:00	
7:30						MULTICOLOR / 07H45 CANTINFASHOW		7:30	
8:00								8:00	
8:30	Noticiero UNO (local)-(Señal de GYE para todo el país-QUITO solo para QUITO)							8:30	
9:00	Noticiero UNO					Expresarte		9:00	
9:30								9:30	
10:00	Hola Mauricio	Hola Mauricio	Hola Mauricio	Hola Mauricio	Hola Mauricio	Hola Mauricio	MWW	Fuerza Deportiva Extreme	10:00
10:15	Uno Intercultural							10:15	
10:30	ECUADOR MULTICOLOR (INTERCULTURAL)					ECUADOR MULTICOLOR		10:30	
11:00	MWW					FEDENADOR TV		11:00	
11:30	ECUADOR MULTICOLOR (INTERCULTURAL)					EDUCA		11:30	
12:00	MWW					MWW		Vive Esmeraldas	12:00
12:30	Educa							12:30	
12:55	LA PANTERA ROSA					LA PANTERA ROSA		EDUCA	12:55
13:00	Notas Divinas					FLIPPER		Pelicula	13:00
13:30	Noticiero UNO Medio Dia-Nacional							13:30	
14:10	Noticiero UNO (local)-(Señal de GYE para todo el país-QUITO solo para QUITO)							14:00	
14:30						LA PANTERA ROSA		14:30	
14:45	LA PANTERA ROSA					LA PANTERA ROSA		La India Maria	14:45
15:00	Las Juanas					ALBUM DE FOTOS			15:00
15:30	FARANDULEROS					PELICULA			15:30
16:00								16:00	
16:30	FARANDULEROS							16:30	
17:00						FLIPPER		Que no le digan, que no le cuenten...	17:00
17:30	Corazon de cucharon	Telmo y Pitagoras	El poder del Deporte	VEOVEO	Ladron de cerebros			17:30	
18:00	LA PANTERA ROSA							18:00	
18:30	Calle y Risa					PELICULA		CALLE Y RISA	18:30
18:45	VECINOS							Fútbol UNO	19:00
19:15								19:30	
19:45	Noticiero UNO Estelar					Ciudad al Desnudo		NOTICIERO UNO	20:00
20:30	Nuevo Rico, Nuevo Pobre							20:30	
21:00						EN CARNE PROPIA - SIN CENSURA		ESCANDALOS	21:00
21:30								21:30	
22:00						PORCEL		JAMES BOND	22:00
22:30	La Competencia							22:30	
23:00						Calle y Risa		23:00	
23:45	De Campeonato					Being Human		Being Human	0:00
0:00								0:00	
0:25	Noticiero UNO Estelar (RR)							0:30	
1:00	Mundo Legal	Mundo Legal	Mundo Legal	Mundo Legal	Mundo Legal	Mundo Legal	Mundo Legal	Mundo Legal	1:00
1:15	Nutravel	Nutravel	Nutravel	Nutravel	Nutravel	Nutravel	Nutravel	Nutravel	1:15
1:30									1:30
2:00	FARANDULEROS					CIUDAD AL DESNUDO		Que no le digan, que no le cuenten...	2:00
2:30								2:30	
3:00	La Competencia					EN CARNE PROPIA - SIN CENSURA		3:00	
3:30								3:30	
Hora	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	Hora	

Ilustración 1 Parrilla de Programación de Canal UNO, Fuente (Canal UNO, 2016)

Canal UNO según su perfil de empresa en Facebook, está ahora enfocado en ser un canal de entretenimiento para toda la familia en general, pero con un enfoque más cercano a las amas de casa. (Canal UNO, 2016)

Los programas que transmite el medio de comunicación en la primera franja horaria que es desde las 06H00 empieza con los noticieros. **“Noticiero Uno. Confiable”**

Emisiones:

- Noticiero Uno Matinal: 05H45
- Los Confiables: 09H00
- Noticiero Uno medio día: 13H30

Casi todos los noticieros son elaborados de la misma manera, influenciados por el sistema capitalista donde prima los intereses del medio televisivo, Además, hay que acotar que la tan anunciada objetividad no existe al momento de dar la información.

Mucha de la información que se presenta está relacionada a los intereses de los grupos políticos y económicos de los dueños del medio.

Desde las 05H45 hasta las 09H00, las noticias son repetidas una y otra vez, no se le ofrece al televidente algo diferente o investigativo. Todas las notas generan morbo hacia las adolescentes, sus presentadores utilizan palabras soeces y en ocasiones se alteran con frecuencia y eso genera peleas o resentimientos entre compañeros que van unido de Racismo, discriminación y porque no decir también burla.

Canal UNO según los registros de resoluciones de los años 2015 y 2016 de la Superintendencia de Información y Comunicación (SUPERCOM), han sido objeto a varias denuncias por diferentes ídoles como, por ejemplo: Difundir contenido no apto

para el horario y tipo de audiencia, el 12 de mayo de 2016, la estación de TV transmitió el “Noticiero Uno”, primera edición, en el que se difundió un video relacionado con un baile calificado por el medio como erótico entre estudiantes.

El abogado de “Canal Uno” afirmó que el medio no infringió ninguna norma, puntualizando que los presentadores no dieron nombres de los jóvenes ni del colegio al que pertenecían, únicamente buscaban “orientar a los padres de familia que tomen precaución y cuidado por sus hijos”. Agregó que las imágenes fueron pixeladas, aunque reconoció que se notó que se trataba de un acto erótico. “(...) Es una ayuda para los niños y una advertencia para los padres, para que por lo menos digan a sus hijos espero que tu no lo hagas”, expresó durante su intervención. (SUPERCOM, 2016)

El doctor Rafael Augusto Carpio Sánchez abogado de Canal UNO, mantuvo hasta el final su postura, como era de verse tenía que defender los intereses del Canal. Por su parte la SUPERCOM analizando los elementos jurídicos y siguiendo el debido proceso se determinó.

El canal de TV infringió el art. 65. Las expresiones emitidas por los presentadores llamaron la atención de la audiencia, entre ellos, niños, niñas y adolescentes, “por cuanto fue transmitido en una franja horaria a la cual tienen acceso libre” y al referirse sobre “deseos sexuales” y “juegos eróticos” podrían “confundir los mismos y asimilar como correcto el comportamiento de adolescentes que fueron filmados, constituyendo un ejemplo negativo y errado, que podría ser replicado; por cuanto, los niños y niñas, de 0 a 12 años de edad, que están en un proceso de crecimiento y experimentan cambios en su cuerpo, en su psicología y en sus roles sociales; de igual manera los adolescentes, que se les ubica en el rango entre 12 y 17 años de vida, son personas que están dejando la infancia y que se aproximan a la juventud, que comparten rasgos de ambos grupos de edad, en esta etapa empiezan a construir su autonomía, formar su identidad y tomar sus decisiones, además de las profundas transformaciones

físicas que alteran la autopercepción y funcionalidad de su cuerpo”. (SUPERCOM, 2016)

A las 10h00 se tiene en la pantalla a “**Hola Mauricio**” un programa que ofrece todo tipo de cirugías estéticas a bajos costos. Su conductor es Mauricio Herrera quien dijo que “El propósito es ayudar a las personas para que se sientan bien con su cuerpo”.

Siguiendo con el análisis de la misma franja horaria se tiene que de lunes a viernes a las 16H00 se trasmite el programa de entretenimiento “**Faranduleros**” con su frase clave “Farándula con responsabilidad”, En su página del Facebook dice “La mejor información de la Farándula Nacional e Internacional”, es un programa dedicado a presentar la actividad en la que están involucrados personajes conocidos de la pantalla chica.

La polémica del reality BLN es el pan nuestro del programa, además de los comentarios de Geovanny Dupleint que en ocasiones se salen de tono. Tanto es así que la SUPERCOM también ha tomado cartas en el asunto.

La Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), de conformidad con las atribuciones establecidas en el artículo 56 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), determinó que Canal Uno S.A. “Canal Uno” inobservó lo dispuesto en el artículo 65 al difundir contenidos no aptos para el horario y tipo de audiencia en el programa “Faranduleros”, transmitido el 13 de enero de 2016, en el horario de 16:00 a 17:30. (SUPERCOM, 2016)

El representante de la Superintendencia abogado Salguero recordó que los medios de comunicación, a más de prestar un servicio público, están llamados a precautelar el ejercicio de los derechos a la comunicación y de las niñas, niños y adolescentes.

siguiendo el debido proceso se determinó que el lenguaje utilizado por el comunicador en el programa “Faranduleros” no observó “reglas mínimas para la convivencia en el marco del respeto, tolerancia hacia los demás” al emitir frases como “Emillio Pinoargoti no te vuelvas a meter conmigo porque yo de ti no me acuerdo ni para la hora de ir al baño cuando tengo diarrea”. (SUPERCOM, 2016)

Hay que tener presente que el contenido de lo expresado por el comunicador no se adecuó a la franja horaria y este constituye un ejemplo negativo para las adolescentes, respecto del manejo de las relaciones humanas y en torno a la inadecuada utilización de palabras y términos que pudieren resultar ofensivos.

En la segunda franja horaria que es desde las 18h00 a las 22h00, el canal empieza con la clásica comiquita estadounidense “**LA PANTERA ROSA**” que al observar la Supercom las escenas, señaló que eran violentas ya que el rosado ganador del Premio Óscar recibe muchos golpes con mazos y disparos. ¿Esto significa que la serie debería abandonar la parrilla? Pero todavía la autoridad no lo ordena, solo se limitó a ser la observación.

“**Calle Risa**” es un Programa que cuenta con una pareja de presentadores los cuales le dan dinamismo a través de su conducción y entrevistas con personajes reconocidos del medio, así como aquellos que se iniciaron con el teatro de la calle

quienes además participaran en sketch dentro del programa. En su página de Facebook se puede leer el propósito de dicho programa.

El propósito del programa Calle y Risa es rescatar los valores por lo que fue concebido el teatro de la calle en la antigua Grecia en la ciudad de Atenas distraer, concientizar, llevar cultura al pueblo y en la actualidad le agregamos temas de responsabilidad social (no comprar cosas robadas, mantener el ornato de la ciudad, no al maltrato y varios temas más de corte social). ("Calle y Risa" Braulio Trach, 2016)

Luego la programación sigue con novelas como “**VECINOS**”, a las 19H45 otra emisión del “**Noticiero UNO Estelar**”, a las 20H30 la novela “**Nuevo Rico, Nuevo Pobre**” y a las 21H30 “**En Carne Propia**” que es un programa investigativo que muestra la otra cara de Guayaquil, conducido por José Delgado quien en su único y peculiar estilo ha logrado ser líder en el horario nocturno de Canal UNO. Con sus reportajes de crónica roja, disturbios en la sociedad y escándalos familiares goza de gran aceptación en un grupo selecto de televidentes.

“Cuando existe verdadera pasión por el periodismo, ni el tiempo ni la ausencia cambiaran nuestro compromiso de hablar siempre con la verdad. Por más crudos o impactantes que sean los hechos vuelvo, porque José Delgado solo hay uno” (Delgado, 2015)

Hay que tener presente que uno de los deberes del periodista es decir la verdad, pero con responsabilidad y conciencia social. El presentador y reporteros utilizan el drama y el sensacionalismo para captar la atención de los televidentes. “Bueno sería que esos espacios se amplíen para mostrar los problemas sociales (que es necesario),

pero sin morbo, sin sensacionalismo. Deben partir de un análisis serio y riguroso y, por supuesto, debatir y proponer soluciones.” (El Telégrafo, 2011)

Ahora está de moda contar historias humanas que generan conflicto para ganar audiencia.

“Diversas investigaciones prueban que las historias más dramáticas están unidas directamente a los niveles de audiencia y, por tanto, al incremento de la inversión publicitaria. A partir de ese momento, el objetivo de la información audiovisual cambia y empieza a utilizarse con un fin complementario al de informar, ahora se busca despertar cualquier tipo de emociones en la audiencia” (Ortells, 2009)

“En Carne Propia” siempre ha manejado un suspenso en las noticias generando morbo con sus acercamientos de cámaras y musicalización.

Este programa también ha sido sancionado en varias ocasiones por la Superintendencia de la Información y Comunicación.

Siguiendo con el análisis de la Parrilla a las 22h30 se trasmite “**BLN La Competencia**” anteriormente llamado Baila la noche, programa conducido por Carlos José Matamoros y Karin Barreiro.

“**Baila la Noche**” nació con la finalidad demostrar las destrezas de baile de los concursantes que en algunos casos son actores, animadores y bailarines empíricos con el fin de ganar un premio final para una fundación. Posteriormente, pasó a llamarse “BLN la competencia” en donde un grupo de jóvenes deben participar en distintas pruebas para no ser eliminados y poder ganar un gran premio final.

Pero este programa perdió su esencia completamente con el pasar del tiempo terminó por convertirse en un programa para adultos, donde el drama y los romances

son el pan diario. Está conformado por dos grupos denominados “los fantásticos” y “los vengadores” se caracterizan por ser muy polémicos, pues demuestran enemistad al momento de competir, se puede apreciar disputas durante la competencia e incluso muchas veces insultos y gritos por parte de los competidores.

Los bailes eróticos y escenas provocativas durante el programa son otro de los recursos que utilizan, ya que su franja horaria lo permite.

1.13 Marco Legal

Se tomará como punto de referencia para el Marco Legal la constitución Política de la República del Ecuador del 2008, la Ley orgánica de Comunicación 2013 y Código de la Niñez y Adolescencia.

1.13.1 Constitución del Ecuador: Capítulo II Derecho del Buen Vivir.

Cuando se habla del buen vivir se propone una calidad de vida más justa para todos, por eso en el 2008 en la Asamblea de Montecristi se fortalece el poder del Estado y se declara al *Ecuador un Estado Constitucional Social y Democrático de Derechos*, lo que califica el Gobierno como un gran avance en cuanto a la exigencia.

En esta constitución, se reconoce el Derecho a la Comunicación como parte de los derechos del Buen Vivir o Sumak Kawsay, es decir como algo necesario para tener una vida digna. Hay que tener clara la información anterior porque es importante analizar la programación de los medios masivos de comunicación en este caso la televisión, por ser un medio de aprendizaje social, que muestra una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida las ideas del individuo, hábitos y costumbres.

Tomando como referencia el artículo 19 y 46 de la sección tercera de Comunicación e Información que indica que:

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

Se puede observar que son pocos los programas que cumplen con esta ley, en ocasiones si se encuentran contenidos informativos, el problema está en que exageran al dar la información y no son educativos ni tampoco culturales.

Canal Uno solo trasmite dos programas culturales producidos por otras productoras, cuando debería ser prioridad en los canales ecuatorianos desde el 2015.

En cuanto a la fomentación de la producción nacional si dan oportunidad a productores con buenas ideas, el problema está en que los productores no están lo suficientemente comprometidos con la sociedad, aunque Marcel Rivas Presidente Ejecutivo del canal dijo “Los que respetamos un Código de Ética estamos enmarcados en un concepto de responsabilidad hacia el telespectador, pero también hay una obligación comercial.”

La televisora tiene 85h30 semanales de Producción Nacional (Solo se ha tomado en cuenta la programación de 06h00 a 24h00. La programación varía de

acuerdos a la transmisión de especiales, cadenas nacionales, o cambios de programación.)

El gerente del canal dice que ellos tienen un 40% de producción nacional entre 06h00 y 18h00 y ese porcentaje aumentará a un 60% más adelante. Además, el Art. 47 de Ley Orgánica de Comunicación dice que la producción nacional que por su contenido se transmite en otras franjas, también será imputada a esta cuota, por lo que en este aspecto estamos cubiertos. (Rivas, 2002)

Art. 46.- El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes:

7. Protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia, o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad. Se establecerán limitaciones y sanciones para hacer efectivos estos derechos. (Constitución de la República del Ecuador, 2008; Art. 46)

Al hablar de influencia en lo que a publicidad se refiere hay marcas de productos tan vendedores que hacen cantar sus canciones pegajosas o encasillar a los productos con sus nombres comerciales. Un ejemplo de eso es al detergente que se lo conoce como “Deja”. Según un informe que presento la Defensoría del Pueblo “El derecho a la igualdad y la prohibición de discriminación”, que se hizo analizando tres horas diarias de programación por una semana en cada canal dividieron la publicidad en 10 categorías. La que más llama la atención es la relacionada con el cuidado personal, que va dirigida a las mujeres; además el cuidado de hijos, la alimentación, la limpieza y el hogar. En el caso de los hombres la publicidad está relacionada con los vehículos, las medicinas, la comunicación, etc.

El estudio explica que las mujeres “son consideradas como las mayores consumidoras de los productos que venden las marcas” y que además hay una presión del consumo que las relaciona con la casa.

“Se hallaron 95 marcas de las 244 que tienen un peso muy fuerte sobre las mujeres y de esta cifra, hay 57 que insisten en el rol de las mujeres como responsables únicas de la familia, de los hijos y de la casa” En cuanto a la publicidad masculina el hombre se presenta como el “rey del hogar”, “el aventurero” y en su gran mayoría son partes de comerciales en los que ofertan plasmas para mirar el fútbol, computadoras para trabajar y cómodos muebles para descansar. (Ecuador. Defensoría del Pueblo, 2012)

Con el informe anterior se puede apreciar claramente aquellas formas discriminatorias que se transmiten a través de la producción nacional y publicidad televisiva que resultan racistas, sexistas, machistas, homofóbicas y xenofóbicas.

1.13.2 Código de la Niñez y Adolescencia Capítulo III Derechos, Garantías y Deberes Derechos relacionados con el desarrollo.

Art. 34.- Derecho de la identidad cultural. - los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a conservar, desarrollar, fortalecer y recuperar su identidad y valores espirituales, culturales, religiosos, lingüísticos, políticos y sociales y a ser protegidos contra cualquier tipo de interferencia que tenga por objeto sustituir, alterar o disminuir estos valores.

Art. 46. - Prohibiciones relativas al derecho de la información. - Se prohíbe:

1. La circulación de publicaciones, videos y grabaciones dirigidos y destinados a la niñez y adolescencia, que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo; y cualquier forma de acceso de niños, niñas y adolescentes a estos medios;
2. La difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes; y,
3. La circulación de cualquier producto destinado a niños, niñas y adolescentes, con envoltorios que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo.

Estas prohibiciones se aplican a los medios, sistemas de comunicación, empresas de publicidad y programas.

El respetar la Constitución Política del Ecuador y el Código de la Niñez y Adolescencia no es una limitación a la libertad de información, sino ubicar una ética en esa libertad que obliga al comunicador a ser responsable de los mensajes que emite, a mirar su efecto ya que ahora es fácil reproducir los programas por las diferentes redes sociales.

Art. 47.- Garantías de acceso a una información adecuada. - para garantizar el derecho a la información adecuada, de que trata el artículo anterior, el Estado deberá:

- a) Requerir a los medios de comunicación social, la difusión de la información y materiales de interés social y cultural para niños, niñas y adolescentes;

b) Exigirles que proporcionen, en forma gratuita, espacios destinados a programas del Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia;

e) Impedir la difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horarios de franja familiar, ni en publicaciones dirigidas a la familia y a los niños, niñas y adolescentes;

f) Sancionar de acuerdo a lo previsto en esta Ley, a las personas que faciliten a los menores: libros, escritos, afiches, propaganda, videos o cualquier otro medio auditivo y/o visual que hagan apología de la violencia o el delito, que tengan imágenes o contenidos pornográficos o que perjudiquen la formación de menor; y,

g) Exigir a los medios de comunicación audiovisual que anuncien con la debida anticipación y suficiente notoriedad, la naturaleza de la información y programas que presentan y la clasificación de la edad para su audiencia.

Se consideran inadecuados para el desarrollo de los niños, niñas y adolescentes los textos, imágenes, mensajes y programas que inciten a la violencia, exploten el miedo o aprovechen la falta de madurez de los niños, niñas y adolescentes para inducirlos a comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud y seguridad personal y todo cuanto atente a la moral o el pudor.

1.13.3 Ley Orgánica de Comunicación

La Ley Orgánica de Comunicación también es muy clara en sus artículos y La Superintendencia de la Información y Comunicación en hacerlos cumplir. Canal Uno se podría decir que es el medio que tiene más problemas y sanciones por su

incumplimiento a la ley en algunos de sus programas, por ejemplo: En Carne Propia, Faranduleros.

Art. 3.- Contenido comunicacional: para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general: Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general.

Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos: los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.

Título II Principios y derechos

CAPÍTULO I Principios *Art. 10 Normas deontológicas:* todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

1. Referidos a la dignidad humana:

- a) Respetar la honra y la reputación de las personas;
- b) Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios;
- y
- c) Respetar la intimidad personal y familiar.

2. Relacionados con los grupos de atención prioritaria:

- a) No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud;
- b) Abstenerse de usar y difundir imágenes o menciones identificativas que atenten contra la dignidad o los derechos de las personas con graves patologías o discapacidades;
- d) Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente;
- e) Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones del Código de la Niñez y Adolescencia; y,

Art. 15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes: los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.

Art. 49.- Atribuciones: el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación tendrá las siguientes atribuciones:

3. Regular la clasificación de contenidos y franjas horarias;

4. Determinar mecanismos que permitan la variedad de programación, con orientación a programas educativos y/o culturales.

Art. 66. Contenido violento. - Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza.

Art. 67.- Prohibición. - Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso.

Interpretando los artículos anteriores y comparándolos con la programación de Canal UNO se encontró que la Superintendencia de la Información y Comunicación (SUPERCOM), determinó que el medio de comunicación social “Canal UNO”, en el programa “En Carne propia”, transmitido el 12 de agosto de 2015, difundió en su nota periodística mensajes que constituyen incitación directa a la violencia y estímulo expreso al uso ilegítimo de la misma, así como a la comisión de un acto ilegal; motivo por el cual inobservó lo estipulado en el artículo 67 de esta normativa legal.

La resolución indica que el medio de comunicación mostró a los televidentes una serie de argumentos y justificativos para la contratación de un sicario, como una

forma de “*tomar venganza a una traición amorosa*”. Además, en la nota en mención se incluyeron efectos de sonido, acercamientos y énfasis con juegos de cámara, que estimula a la ciudadanía a resolver sus problemas con este tipo de prácticas violentas e ilegales.

La defensa del canal de televisión la señora Verónica Bolaños argumentó que todas las opiniones vertidas en ese programa no son de responsabilidad del medio de comunicación “No puede imputarse al canal un punto de vista particular (...) no es nuestra línea de conducta irrespetar derechos fundamentales, ni hacer apología de delito alguno y menos incitar a fomentar cualquier tipo de violencia”.

Manifestó que “En Carne Propia” es un programa de opinión, que visita los barrios populares de “gente con bajos recursos económicos”, para que ellos expresen sus sentimientos y cosas relacionadas con su diario vivir. “En ningún momento se les exige o dice que deben decir tal o cual expresión, es un programa de opinión en el que cada persona expresa su sentir y su pensar”, concluyó. (SUPERCOM, 2016)

Se puede decir hay medios que no quieren comprometer la credibilidad o la seriedad de sus noticieros y prefieren crear programas aparte con las características de infoentretenimiento o programas de opinión como Los Confiables y En Carne Propia. Esto ya se ha convertido en una alternativa aceptada por el televidente.

“La información que se transmite representa dos tipos de periodismo: el serio y el amarillista (sensacionalista). El primero utiliza un lenguaje sobrio para dar apariencia de mayor objetividad, mientras el segundo realiza un exceso de adjetivaciones pretendiendo ser vocera de los sectores populares. Sin embargo, estas diferencias en el tratamiento de la información son esencialmente de forma y no de contenido, ya que ambos utilizan de manera comercial la muerte

y la delincuencia a través de la difusión de noticias de crónica roja (aunque el primero en proporción mucho más baja). En este sentido, si bien en los medios que practican un periodismo considerado “serio” el tratamiento de la violencia es más sofisticado, ésta no es ajena a su agenda diaria, la misma que es presentada con nombres con judicial, social, comunitaria o seguridad; por lo que la violencia constituye un recurso mediático instalado en la prensa ecuatoriana, en la medida que captura audiencia y produce réditos económicos en los tipos de cubrimientos noticiosos” (Pontón, 2007, pag. 6)

Pontón tiene razón cuando habla del periodismo amarillista, es más se puede encasillar algunos programas de la parrilla de Canal UNO como sensacionalista, un ejemplo otra vez En Carne Propia incumplió la Ley Orgánica de Comunicación (LOC) en los artículos 30, numeral 4; 32; y, 10, numeral 3, literal d) referente a la información de circulación restringida, a la protección integral de las niñas, niños y adolescentes y concernientes al ejercicio profesional.

La Supercom impuso una multa adicional de 10 sueldos básicos por “no privilegiar la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización”. Emitió también una amonestación escrita al medio, previniéndole que mejores sus prácticas, por no evitar un tratamiento morboso a la información sobre crímenes, accidentes, catástrofes y otros eventos similares. (SUPERCOM, 2016)

Art. 80.- Objetivos: los medios de comunicación social públicos tendrán los siguientes objetivos:

1. Producir y difundir contenidos que fomenten el reconocimiento de los derechos humanos, de todos los grupos de atención prioritaria y de la naturaleza;

2. Ofrecer servicios de información de relevancia pública veraz, verificada, oportuna y contextualizada, con respeto a los principios de independencia profesional y pluralismo;
3. Facilitar el debate democrático y la libre expresión de opiniones;
4. Fomentar la igualdad de género y la interculturalidad;
5. Impulsar el intercambio de información y el conocimiento mutuo entre los pueblos de América Latina y el mundo;
6. Promover la producción y difusión de contenidos audiovisuales nacionales;
7. Buscar y ejecutar mecanismos de cooperación y enlace con medios públicos a nivel nacional e internacional;
8. Implementar espacios para la promoción de las actividades productivas del país; y,
9. Ofrecer contenidos educativos, culturales, de recreación y entretenimiento que contribuyan al buen vivir.

La televisión es un medio bastante grande y por eso se puede decir que Canal Uno tiene puntos positivos o negativos en su programación que puede llegar a perjudicar a las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera ya que la televisión se convirtió en un elemento fundamental de comunicación en sus vidas levándoles mensajes subliminales para que cambien su forma de pensar respecto a su forma de actuar, vestir o comer.

Para los socios de la Pre-Cooperativa la violencia en los medios de comunicación se ve como algo cotidiano, común, como algo normal y entre los grupos

del sector más expuesto están los niños y adolescentes porque su edad no les permite distinguir la intensidad de los mayores.

Si bien es cierto que la adolescente distingue la realidad de la fantasía, pero aún no tiene un criterio sólido o bien formado, por ello asume nuevas actitudes y comportamientos, buscando siempre una imagen de sí mismo que se ajuste más a la idea del comportamiento de los adultos.

Justamente aquí es donde la televisión hace su entrada triunfal y puede influir, mostrando una falsa vida de adulto, con fuerte dosis de violencia de amores imposibles, ambición, intrigas, mentiras, barreras sociales, venganzas, infidelidad, justicia e injusticia, etc.

1.14 Marco Conceptual

Para el buen desarrollo de trabajo hay que tener en cuenta las definiciones que se asumen por el investigador, acerca de los términos que constituyen esencia en la investigación. Entre los cuales se encuentran:

1.14.1 Medios de Comunicación

Para el ser humano es necesario estar comunicado, por eso los medios de comunicación son instrumentos utilizados en la sociedad contemporánea para informar y comunicar mensajes en versión textual, sonora, visual o audiovisual. Algunas veces son utilizados para comunicar de forma masiva, para millones de personas un ejemplo; la televisión y los diarios.

Los medios masivos de comunicación poseen en la actualidad una marcada influencia en cada una de los individuos; tanto es así que se considera que la vida sería completamente diferente sin su presencia.

1.14.1.1 Tipos de medios de Comunicación

Prensa Escrita: es la máxima representación de los medios escritos y los mismos son publicados de forma periódica, de allí se desprende su nombre. El tipo de periódico más conocido es el diario, nombre que recibe porque su tirada es diaria, y es de carácter periodístico. En la actualidad, los diarios y periódicos también cuentan con su versión online, es decir que tienen presencia en internet.

La Radio: es uno de los medios de comunicación con mayor alcance, ya que debido a la transmisión de ondas es capaz de llegar a lugares remotos.

La Televisión: la televisión es un artefacto que transmite imágenes a la distancia, como bien puede deducirse del significado griego de su nombre. Se compone de los denominados “programas de televisión”, los cuales pueden tener temáticas muy diferentes entre sí. Es uno de los medios con más alcance y efecto sobre las masas. Es el más popular del mundo, emplea tecnología de audio e imagen para la transmisión de información. Su alcance es enorme en términos de cobertura y de población con acceso a ella. Además, su oferta de contenidos es diversa y se orienta a todo tipo de públicos: educación, salud, opinión, entretenimiento, ficción, información, documentales, etc. Su invención data del siglo XX.

Redes Sociales o Internet: compone a todas las formas actuales de comunicación que existen en internet, principalmente Facebook, Twitter e Instagram.

1.14.2 La Adolescencia

La adolescencia es principalmente una época de cambios. Es la etapa que marca el proceso de transformación del niño en adulto, es un período de transición que tiene características peculiares. Se llama adolescencia, porque sus protagonistas son jóvenes que aún no son adultos pero que ya no son niños. Es una etapa de descubrimiento de la propia identidad (identidad psicológica, identidad sexual...) así como la de autonomía individual.

El comportamiento durante la adolescencia depende de las condiciones culturales y sociales, así como de la adaptación a las exigencias de la sociedad. Durante este periodo de la vida tiene lugar las ideas nuevas, el arte y las creencias, lo que genera impacto en la imaginación del ser humano. Ante la solución de diversos conflictos, algunos adolescentes, adquieren ciertos hábitos, logrando adaptaciones patológicas, que afectan tanto a su salud mental como física para el resto de sus vidas. (J.J. Casas Rivero, M.J. Ceñal González Fierro, 2005)

1.14.2.1 Características de Adolescencia

“La adolescencia se caracteriza por el crecimiento físico y desarrollo psicológico, y es la fase del desarrollo humano situada entre la infancia y la edad adulta. Esta transición debe considerarse un fenómeno biológico, cultural y social.

Muchas culturas difieren respecto a cuál es la edad en la que las personas llegan a ser adultas. En diversas regiones, el paso de la adolescencia a la edad adulta va unido a ceremonias y/o fiestas, como por ejemplo en el Benei Mitzvá, que se celebra a los 12 años para las niñas y 13 años para los niños (12 Años para los niños ortodoxos). Aunque no existe un consenso sobre la edad en la que termina la adolescencia, psicólogos como Erik Erikson consideran que la adolescencia abarca desde los doce o trece años hasta los veinte o veintiún años.

Según Erik Erikson, este período de los 13 a los 21 años es la búsqueda de la identidad, define al individuo para toda su vida adulta quedando plenamente consolidada la personalidad a partir de los 21 años. Sin embargo, no puede generalizarse, ya que el final de la adolescencia depende del desarrollo psicológico, la edad exacta en que termina no es homogénea y dependerá de cada individuo, etc.”

A diferencia de lo que sucede en los niños, en los adolescentes, en la medida que aumenta la edad, se incrementa la mortalidad. La prevención primordial y la promoción de factores generales y específicos de protección evitan y controlan los daños y trastornos en la salud del adolescente. Algunos de estos factores de protección incluyen la educación, la nutrición, las inmunizaciones, el ejercicio físico, el tiempo libre justo, la promoción de las actividades familiar, la atención al desarrollo emocional, las oportunidades de trabajo y el desarrollo de cambios en las legislaciones favorables para el niño y el adolescente. En los servicios de salud se debe promover la prevención del cáncer pulmonar, la prevención de los embarazos, de las infecciones de transmisión sexual y de los accidentes y la evaluación de los patrones de crecimiento y desarrollo.

1.14.2.2 Etapas de la adolescencia

Desarrollo físico. - Es el inicio de la pubertad para la mayoría, aumento de apetito en épocas de crecimiento. Desarrollo de los órganos sexuales, cambios en la voz, posible olor corporal.

Desarrollo intelectual. - Capacidad de resolver problemas complejos, pero debido a que todavía no tienen experiencia en la vida pueden actuar sin pensar.

Desarrollo emocional. - Los adolescentes lo que desean es afirmar su independencia. Esto les exige distanciarse de mamá y papá, es una época de mayor conflicto con padres. La marcha hacia la autonomía puede tomar muchas formas: menos afecto expresivo, más tiempo con los amigos, comportamiento polémico, desafiar los límites; la lista puede continuar. Pero aún los adolescentes frecuentemente se sienten confundidos sobre abandonar la seguridad y protección del hogar.

Desarrollo social. - Los adolescentes desarrollan la capacidad de enamorarse y formar relaciones amorosas, no todos los adolescentes entran y salen de la adolescencia a la misma edad o muestran estas mismas conductas. La adolescencia puede ser una época confusa para los padres también. Porque deben lidiar a menudo con el comportamiento incomprensible de sus hijos.

1.14.3 El Comportamiento

El comportamiento es una disposición individual frente a determinados estímulos que provocan una respuesta según la persona. “Una persona puede reaccionar ante un estímulo de distinta manera que otras”.

1.14.4 Influencia

La definición de esta palabra está referida a la acción y el efecto o consecuencia de influir. La influencia de la sociedad puede contribuir al desarrollo de la inteligencia, la afectividad, el asertividad, el comportamiento y, en sentido general, la formación de la personalidad. Cuando una persona ha vivido en sociedad y, por razones extremas, se encuentra privada de las relaciones con los demás, teniendo que vivir totalmente aislado, de inmediato comienza a organizar su vida siguiendo los patrones que la sociedad en la que vivía le enseñó.

1.14.4.1 Influencia Informativa

Se considera información al conjunto organizado de datos que se procesan, y que constituyen un mensaje sobre un determinado tema que cambia el de conocimiento de quien lo recibe.

En la actualidad, la mayor cantidad de información se da a conocer a través de medios de comunicación como la prensa, la radio, la televisión e internet. Muchos de estos medios están monopolizados por empresas periodísticas importantes dentro de un país o del planeta. De esta manera, en muchos casos, las informaciones dejan de ser objetivas para convertirse en defensoras del interés político, económico o social del medio. Es en este caso, que se habla de influencia informativa que no sólo tiene poder sobre los usuarios sino también sobre otros medios de comunicación.

1.14.4.2 Influencia Cultural

Se considera cultura al conjunto de valores, costumbres (fiestas, comida, ropa), creencias, idioma, y toda manifestación artística que constituyen la forma

de un grupo específico. Cuando a ese grupo adopta un fenómeno cultural foráneo, se puede hablar de influencia cultural. Un ejemplo de esto es cuando el hombre conquista nuevos territorios y lleva sus costumbres e incluso su idioma a los pueblos conquistados, como lo han hecho los romanos.

También ocurre cuando un grupo de un pueblo se traslada a otra nación y conservan sus costumbres y creencias, transmitiéndolas a su alrededor, como ha ocurrido con la inmigración europea en Latinoamérica.

Por último, y debido a los medios de comunicación actuales, se llegan a conocer todo tipo de manifestaciones culturales y muchas de ellas con amplia difusión y dominio en todo el mundo, como es el caso de géneros musicales como el rock, rap, hip-hop, que se han acoplado a músicas populares.

1.14.5 La Moda

La moda se refiere a las costumbres que marcan alguna época o lugar específicos, en especial aquellas relacionadas con el vestir. La moda forma parte de nuestro contexto, es la que marca la línea en todos los aspectos de la vida, es la dice que beber, que comer, que vestir y hasta que tienen que escuchar. Aunque se dice que la moda no incomoda y que algunas modas son más peligrosas que otras, todas son peligrosas desde el momento que se vuelven extremas.

La moda es instantánea, accesible, puede llegar a cualquier parte del País en horas o en tan solo minutos gracias a los medios de comunicación.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se dará a conocer los diferentes instrumentos de investigación que se emplearan para realizar el análisis detallado y minucioso del contenido de la Parrilla de Programación de Canal UNO, medio de comunicación objeto de estudio.

Se describirán cada uno de los instrumentos de investigación utilizados, también los elementos relativos a la toma de datos y muestreo que se aplicaron. Por ejemplo; encuestas, entrevistas, observaciones de los diferentes programas de Canal UNO y comportamiento de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

Con este capítulo se deja claro cómo se realizó el proceso de investigación y análisis para la posterior presentación de resultados. Que si le da una correcta aplicación se obtendrán resultados reales y claros para la sustentación de este proyecto de graduación.

1.15 Paradigma de la Investigación

Este proyecto de investigación utilizará el paradigma cuantitativo y cuantitativo, una forma de investigación más rica en detalles y descripciones.

Se analizará el contenido de la Programación de Canal UNO, para poder identificar el nivel de influencia en el comportamiento y cambios en la moda de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

1.16 Tipo de Estudio

El presente proyecto empleará un tipo de estudio Deductivo, Inductivo y de Campo. A través de técnicas de investigación como la entrevista y la encuesta. Esto con la finalidad de analizar su contenido y para conocer cuál es la aceptación de las adolescentes sobre dichos programas y la influencia en ellas. Se detallará la realidad del contenido de la programación de Canal UNO que se obtuvo por medio de la observación minuciosa de una semana de transmisión del medio.

1.17 Tipo de Investigación

Para poder cumplir los objetivos de la obtención de la información para este trabajo de titulación emplearemos los siguientes tipos de investigación.

1.17.1 Investigación de Análisis

Se realizará un estudio detallado de toda la información que se tiene, fragmentándola en algunas partes, para llegar a una buena síntesis.

1.17.2 Investigación de Síntesis

Se organizará y se interpretará todo lo observado y leído para poder abordar todas las ideas principales y sustentar el tema con un mejor razonamiento y argumentación.

1.17.3 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva es una herramienta fundamental para este tipo de proyecto, ya que ayuda a describir los datos y características de la población o fenómeno de estudio.

1.17.4 Investigación Documental

Esta es la parte esencial del proyecto de titulación ya que el propósito es el análisis de diferentes fenómenos de orden históricos, utilizando técnicas muy precisas de la documentación existente, que directa o indirectamente aportan a la información.

Se realizará un proceso de búsqueda en fuentes impresas, documentos escritos, libros, revistas, artículos de periódicos o de internet y porque no trabajos de tesis con temas parecidos.

1.18 Metodología de la Investigación

Con la finalidad de cumplirse los objetivos del proyecto, los métodos de investigación con los que se trabajarán son de tipo cuantitativo, ya que con la recolección de datos a través de las encuestas se va analizar y medir la cantidad de adolescentes influenciadas por la programación de Canal UNO en la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

Cuantitativa también porque se entrevistará a madres de familia, periodistas, productores y personas especializadas en el tema. Toda la información obtenida a través de este método es analizada de una manera interpretativa.

1.19 Población y Muestra

La población sujeta de estudio estará conformado por las adolescentes de 12 a 16 años de edad que viven en la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, antes de aplicar la encuesta se determinará la dimensión de la muestra apropiada, la cual dará resultados y criterios que se aproximan a la realidad.

Son 216 adolescentes las que viven en la Pre-Cooperativa y se procederá a encuestar a 106 señoritas.

La muestra requerida para estimar este parámetro n , se determinará por la siguiente ecuación.

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

En dónde:

n =	Total de datos de la muestra
N =	Tamaño de la población
E =	Error máximo admisible del 5% al 7%

$$n = \frac{216}{(0.07)^2 (N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{216}{(0.0049) (215) + 1}$$

$$n = \frac{216}{1.0535 + 1}$$

$$n = \frac{216}{2.0535}$$

$$n = 105.18$$

$$n = 106$$

1.20 Técnicas e Instrumentos de recolección de la Información

Para la obtención de datos e información tanto de Canal UNO, como de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera se usarán las siguientes técnicas de investigación: la encuesta, la entrevista y la observación participante.

1.21 La Encuesta

La encuesta se realizará a 106 adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, de 12 a 16 años de edad. El propósito de la encuesta es obtener información a través de preguntas cerradas y abiertas con el fin de tener respuestas simples y claras para que sea fácil su tabulación.

1.21.1 Tabulación y Gráficos de los Resultados de la encuesta

Una vez aplicada la encuesta se dará a conocer cuáles fueron los resultados obtenidos detallándolos en un gráfico en forma de pastel en el cual estará el porcentaje de la respuesta, por cada pregunta y así poder analizar e interpretar los resultados obtenidos de forma eficaz y confiable.

Cabe recalcar que previo a la obtención de estos resultados, se realizó un análisis de la parrilla de programación de Canal UNO durante una semana de transmisión, se observó contenidos, interpretación y lenguaje de los presentadores de dichos programas, para así poder detallar y elaborar las respectivas preguntas adecuadas y conocer la percepción de las adolescentes hacia el Canal.

Pregunta #1

Tabla 3 1.- ¿Tus padres controlan los programas que ves en la Televisión?

Respuesta	Número de Personas	Porcentaje
Si	10	9%
No	62	59%
A veces	34	32%
Total	106	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez



Ilustración 2 Pregunta # 1, *Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez*

Según la investigación de campo realizada mediante la encuesta se observó que el 59% de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, los padres no le controlan los programas de televisión que ven, por lo tanto, quedan expuestas a cualquier clase de programación, ya sea esta positiva o negativa.

Por otro lado, tenemos que los padres del 32% de las adolescentes las controlan.

La sorpresa fue que solo el 9% de las adolescentes son controladas y monitoreadas por sus padres al momento de ver la televisión.

La realidad es que lastimosamente son pocos los padres que se preocupan por la calidad de los contenidos de los programas que ven sus hijas, ya que en ocasiones ellos mismos incitan a las adolescentes a ver televisión mientras ellos realizan alguna actividad.

Pregunta # 2

Tabla 4 2.- ¿Qué clase de programas prefieres ver en la televisión Ecuatoriana?

Clasificación	Número de Personas	Porcentajes
Telenovelas	11	11%
Noticieros (Confiables – En Carne Propia)	14	13%
Farándula (Faranduleros)	15	14%
Reality (BLN)	64	60%
Cultural (Ecuador Multicolor)	2	2%
Total	106	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

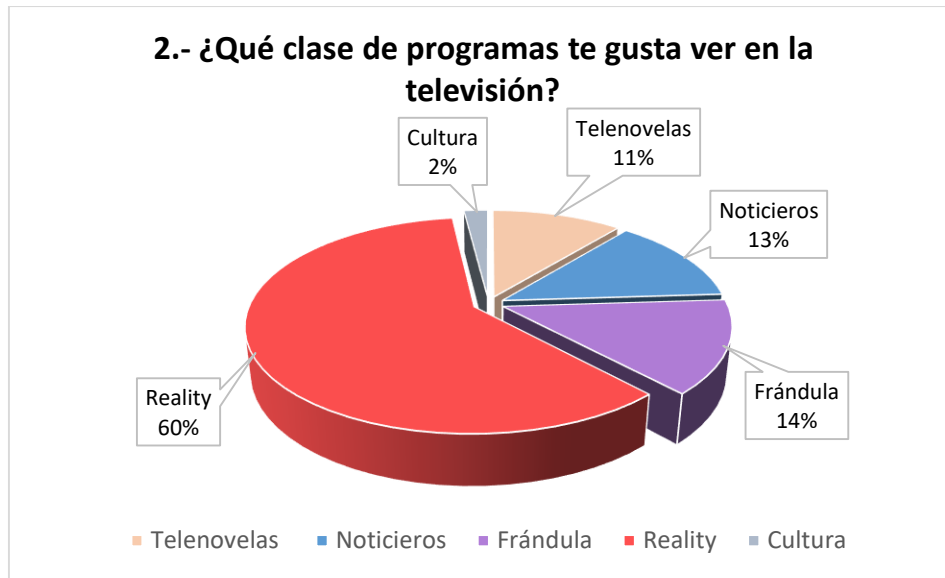


Ilustración 3 Pregunta #2 *Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez*

Con estos resultados se pudo determinar que el 60% de las adolescentes tienen como preferencia al momento de ver televisión los reality tales como “BLN La Competencia”, en segundo lugar, con un 14% tenemos los programas de Farándula, el tercer lugar con el 13% los Noticieros como “Confiables y En Carne Propia”, el cuarto lugar con el 11% Telenovelas y el quinto lugar con el 2% se inclina por los programas culturales.

Con estos resultados y el de la pregunta anterior es claro darse cuenta el nivel de cultura que tienen las adolescentes y los padres de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera. Son pocos los hogares que crean reglas o parámetros al momento de ver televisión, no hay una responsabilidad y hay que tener presente que BLN es un programa que se trasmite a las 22H30 que ya es un horario donde las adolescentes deberían estar descansando.

Pregunta #3

Tabla 5

3.- ¿Qué experimentas al ver escenas de violencia en los Noticieros de Canal UNO?

Rango	Número de Personas	Porcentaje
Placer	3	3%
Coraje	84	5%
Miedo	14	13%
Indiferencia	5	79%
Total	100	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

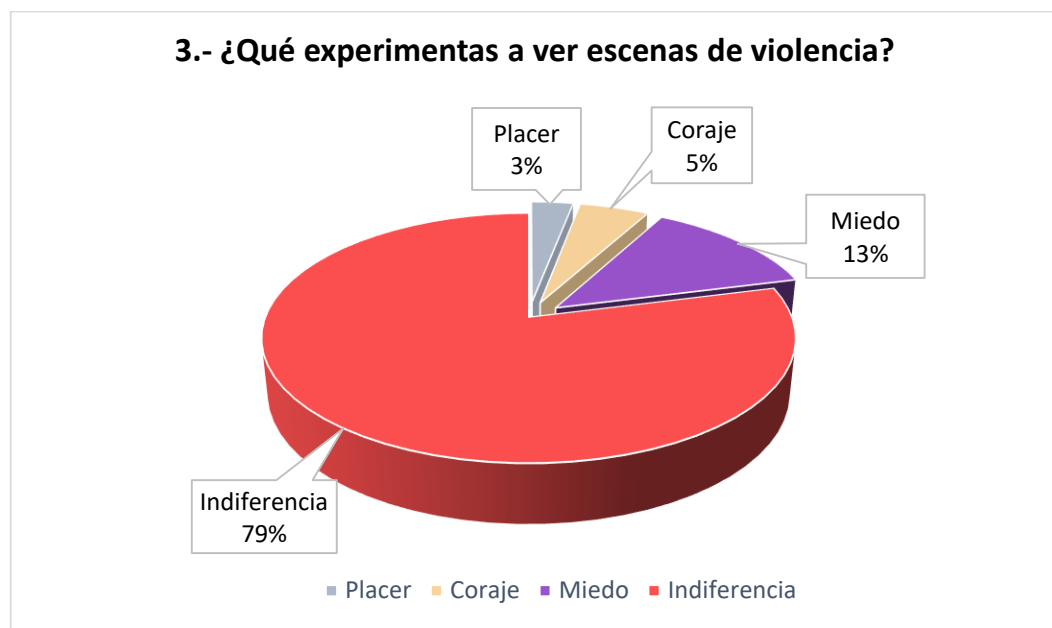


Ilustración 4 Pregunta #3 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

En esta pregunta se midió el nivel de influencia que producen los programas de violencias en las adolescentes del sector a investigar, las encuestas proyectan que un 79% le da coraje, el 13% miedo, el 5% indiferencia y el 3% placer. Lo extraño aquí es que les da coraje, pero les gusta verlo.

Pregunta #4

Tabla 6 4.- Consideras que los programas educativos son:

Rango	Número de Personas	Porcentaje
Entretenido	15	14%
Divertido	4	4%
Aburrido	87	82%
Total	106	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

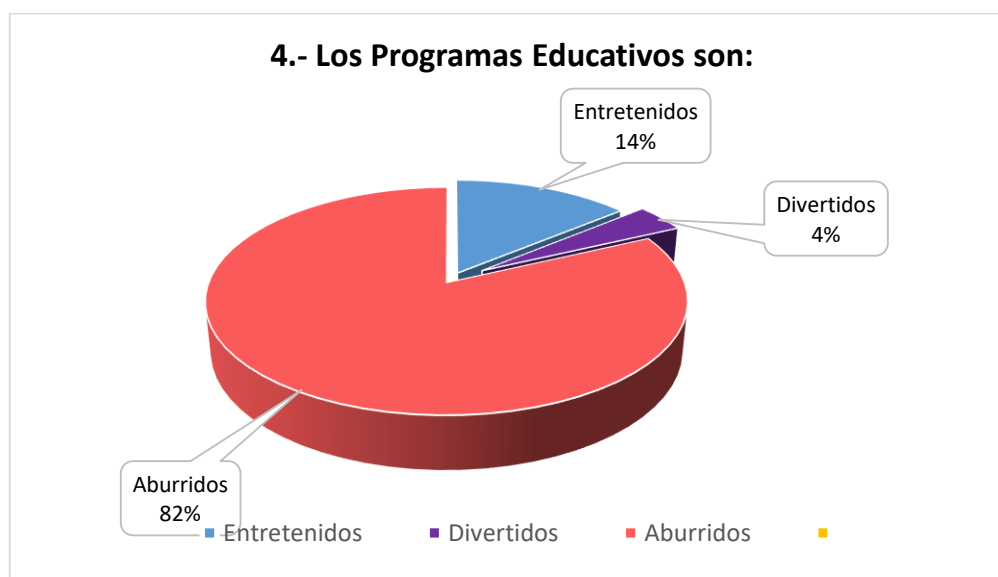


Ilustración 5 Pregunta #4 *Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez*

Definitivamente con el resultado de la pregunta anterior es notorio el desinterés de las adolescentes por los programas educativos y culturales, ya que el 82% de las encuestadas dicen que es muy aburrido esa clase de programación. Se debería analizar los libretos de esos programas y mejorarlos ya que algunas ocasiones dicen quedarse dormidos viéndolos. Solo un 14% le parece entretenido y el 4% le parece divertido.

Pregunta #5

Tabla 7 5.- ¿Qué aptitud ves en los presentadores y competidores del reality BLN?

Alternativa	Número de Personas	Porcentajes
Competencia Sana	3	1%
Sinceridad	8	2%
Pelear	101	32%
Drama	80	25%
Morbo	26	8%
Vulgaridad	40	13%
Promiscuidad	60	19%
Total	106	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

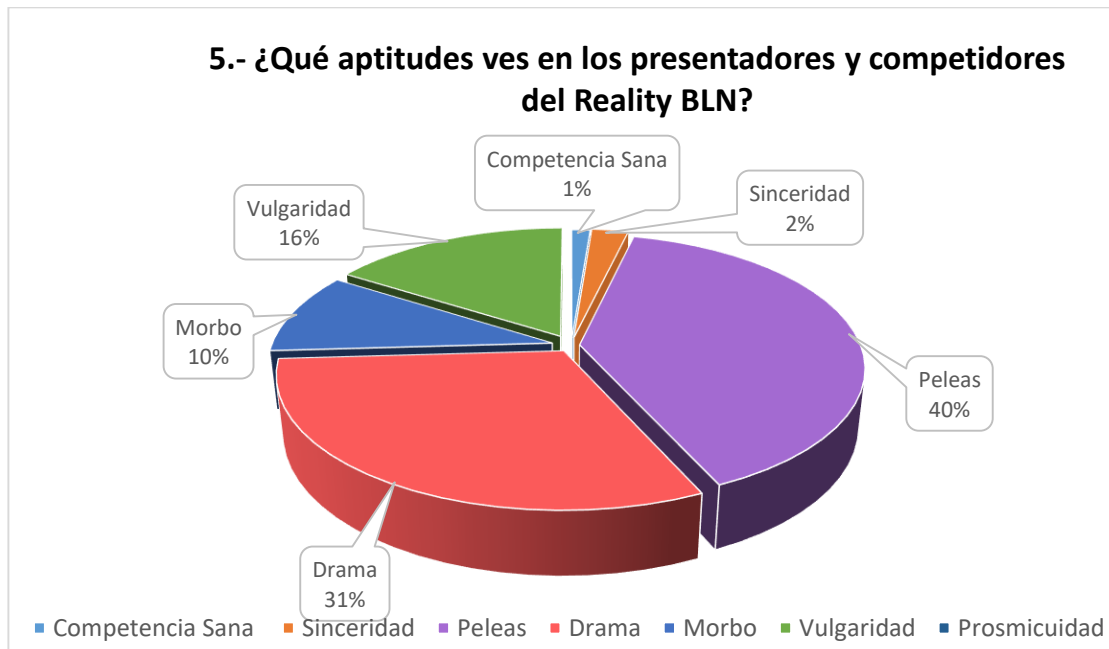


Ilustración 6 Pregunta #5 Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

En esta pregunta se optó por hacer elegir tres respuestas a cada adolescente, lo que deja más clara la situación sobre la influencia del programa BLN en las jóvenes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

El 32% de ellas respondió que lo que ven en estos programas son peleas entre compañeros, el segundo lugar refleja en el gráfico que el 25% de las adolescentes ven mucho Drama en los participantes y sobre todo en los presentadores.

La Promiscuidad se ubica en el tercer lugar con un porcentaje del 19%, las adolescentes comentaron que “se besan con uno y con otro entre compañeros”, “son Grillas”.

La Vulgaridad ocupa el cuarto lugar con un 13%, le sigue el Morbo con un 8%, la Sinceridad con un 2% y finaliza con un 1% la Competencia Sana.

Con estas respuestas es fácil darse cuenta que las adolescentes si saben lo que están viendo y el problema está en que les gusta, lastimosamente los padres no ejercen control sobre los programas que ellas ven por lo tanto le queda el camino libre a la televisión para ejecutar su influencia.

Pregunta # 6

Tabla 8 6.- ¿Te sientes identificada con algún Presentador o Participante de algún programa de Canal UNO?

Respuesta	Número de Personas	Porcentaje
Si	10	9%
No	96	91%
Total	106	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

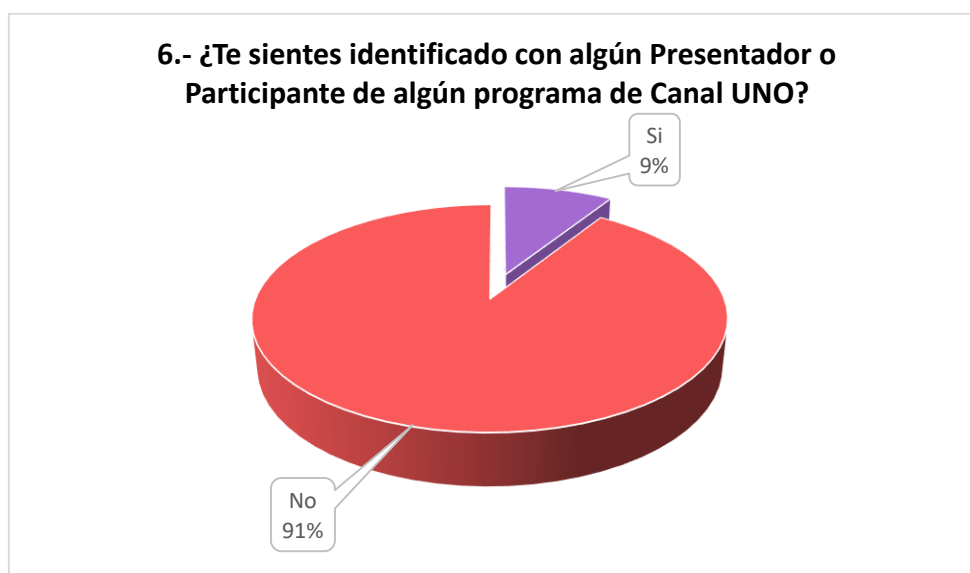


Ilustración 7 Pregunta # 6 *Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez*

El 91% de las adolescentes no se sienten identificadas con los presentadores o integrantes de estos programas, pero el 9% sí.

Pregunta # 7

Tabla 9 7.- ¿Cuál es el personaje de Canal UNO que más te gusta?

Nombres	Números de Personas	Porcentajes
Ricardo Blanco	19	18%
Guillermo Toscano	10	10%
Tiago	11	10%
Erick Trujillo (Chicho)	25	24%
Natalie	16	15%
La Bombón	11	10%
Eduardo González	9	9%
Paola Maya	5	4%
Total	106	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

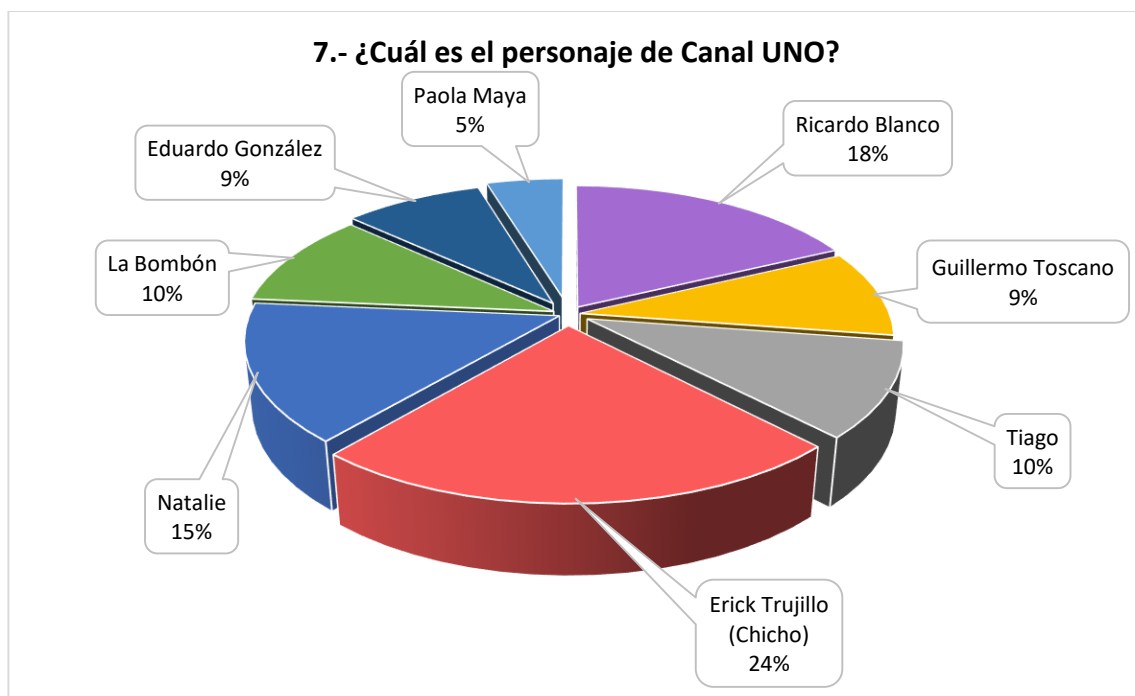


Ilustración 8 Pregunta #7 *Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez*

Pregunta #8

Tabla 10 8.- ¿Qué opinas de la forma de vestir de los presentadores y participantes de los siguientes programas?

Programas	Excelente	Bueno	Malo
BLN	45	60	1
Faranduleros	49	39	18
Amigos Íntimos	12	7	87
Total	106	106	106

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

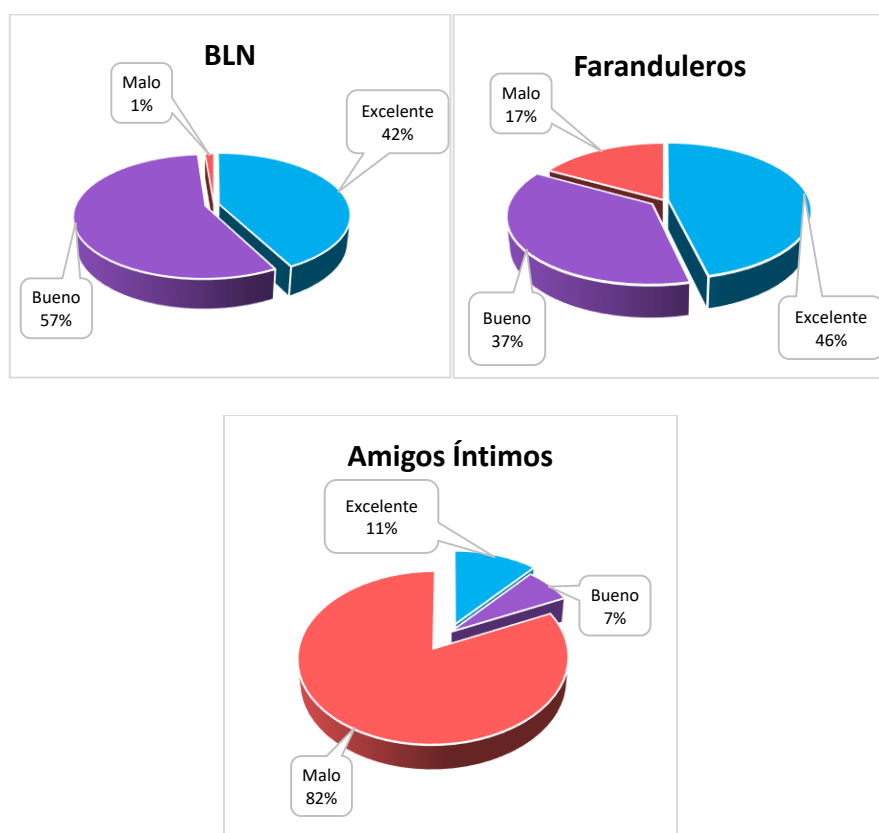


Ilustración 9 Pregunta #8 *Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez*

Pregunta #9

Tabla 11 9.- ¿Los adolescentes de tu edad imitan a los presentadores y participantes de los programas de Canal UNO?

Respuesta	Número de Personas	Porcentaje
Si	84	79%
No	0	-
A veces	22	21%
Total	106	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez

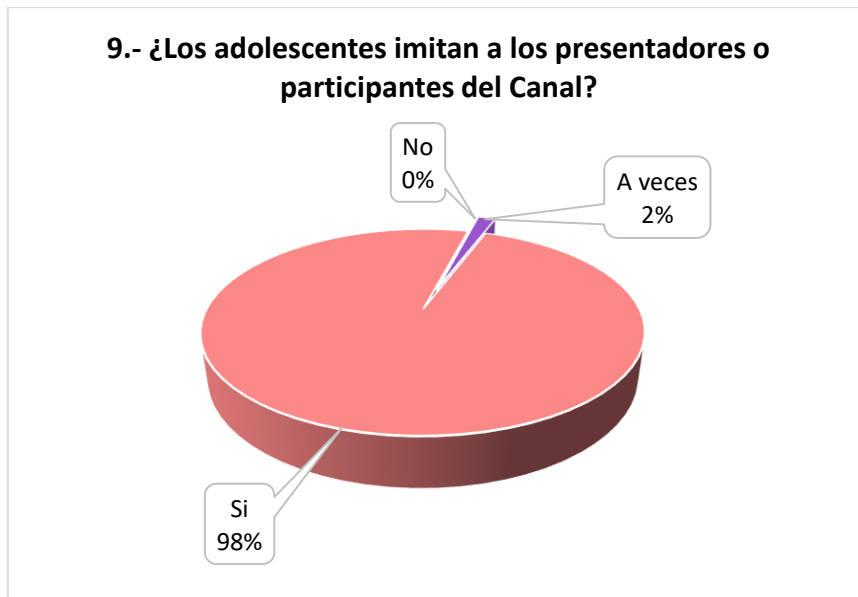


Ilustración 10 Pregunta #9 *Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez*

Los medios de comunicación con sus protagonistas televisivos juegan un papel importante, se convierten en referente o ejemplo para las adolescentes, quienes no solo miran sino también imitan sus comportamientos palabras, formas de vestir que en reiteradas ocasiones no son positivas para las mismas. Los resultados de esta pregunta aclaran un poco más el panorama de la investigación cuando el 79% de las adolescentes

aseguran que imitan de una u otra forma a los protagonistas de los programas de Canal UNO.

Pregunta # 10

Tabla 12 10.- ¿Los contenidos de la programación de Canal UNO otorgan un aporte positivo a la sociedad?

Respuesta	Número de Personas	Porcentaje
Si	57	54%
No	49	46%
Total	106	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez



Ilustración 11 Pregunta #10 *Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez*

El 54% de las adolescentes creen que el contenido de la programación de Canal UNO aporta positivamente a la sociedad, ellas dicen que el medio de comunicación informa, les abre los ojos, les muestran hechos reales y los divierte.

El 46% de las adolescentes dicen que el contenido “es negativo porque hay mucho morbo al momento de dar la información y exageran mucho”.

Pregunta #11

11.- ¿Qué te gustaría que tenga tu programa favorito de televisión?

	Números de Personas	Porcentaje
Historias Reales	60	14%
Comedia	50	12%
Información Educativa	19	4%
Cultura	7	2%
Deporte	84	20%
Moda	95	22%
Historia de Superación	30	22%
Música	79	7%
Total	106	100%

Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez



Ilustración 12 Pregunta #11 *Elaborado por: Paola Godoy Quiñonez*

Para las adolescentes la moda, el deporte, la música, las historias reales y la comedia son los ingredientes complementarios para un buen programa. También en esos resultados se nota el desinterés que tienen las adolescentes hacia los temas culturales y de información educativa.

1.22 Entrevista

La presente entrevista permitirá tener una idea más clara de lo que piensan las protagonistas de los programas de televisión.

En dialogo sostenido con la Señora **DENNISE ANGULO**, conductora del programa PLURI TV, ex “Super Model” y ex Combatiente del programa COMBATE por RTS manifestó lo siguiente.

¿Qué opina de la Televisión Ecuatoriana?

Me encanta, pero creo que está pasando por muchos procesos con esto de la regulación de contenidos.

¿Por qué lo dice, ha escuchado algo?

Sí sobre la Ley de Comunicación, ahora sí creo que les va tocar a muchos pensar antes de hablar.

Dennise, ¿Está de acuerdo cuando dicen que los realitys son una mala influencia para los adolescentes?

No, yo vengo de un reality y no me considero una mala influencia para los jóvenes.

Hay personas que desmerecen el trabajo de otras, y no se dan cuenta del esfuerzo o preparación que hacemos para mantenernos en el medio. No creo que sea una mala

inversión lo de los reality, claro que antes los reality eran diferentes competíamos y nuestro objetivo era hacer las cosas lo mejor que se pueda para quedar campeones.

¿Creo que mencionó las palabras claves “eran diferentes”? ¿Por qué?

Es que ahora se ve mucha polémica y esa polémica de una u otra forma afecta la vida del artista o personaje mediático como lo llaman. ¿Tú me comprendes verdad?

¿Conoces algún compañero que se haya sentido afectado?

Claro, algunos en especial las chicas que tienen hijos. Me conto una de las chicas un día que estábamos grabando que en la escuela de su hija en una reunión los padres de familia la miraban raro y un compañerito de la hija le grito mentirosa no hagas llorar a Juan Miguel. Y también otra compañera termino con el enamorado de años por los comentarios de la farándula.

¿La televisión influye o no en las familias ecuatorianas?

La verdad yo creo que, si en ambos lados afecta, tanto a los que hacen la polémica como a los que la ven.

¿Si les afecta porque lo hacen? o ¿Quién es el que gana en todo esto?

Algunos lo hacen porque es una fuente de ingreso y con eso mantienen a sus familias y siempre gana el medio que es el que genera el rating.

La segunda entrevista se la realizó a la Reportera y Asistente de producción de programa Faranduleros que se trasmite por Canal Uno, Srta. **LIDEA SANTOS.**

¿Qué opina de BLN?

¿Quieres que te diga la verdad? No me gusta. Pero tengo que verlo porque como soy reportera de farándula tengo que estar al día en todo.

¿Por qué requieres estar al día? ¿Para poder armar polémica?

Mira la polémica no la creamos nosotros, la crea el mismo televidente. Nos llaman al canal, nos mandan fotos por las redes sociales y es más ellos mismos nos dan los pasos para seguir la polémica. Se le da a la gente lo que la gente le gusta. Me gustaría que tu vengas desde la mañana y te des cuenta la cantidad de chicas haciendo relajó para que se las deje entrar.

¿crees que la programación de Canal uno influye en los adolescentes?

Sí, claro que influye esas chicas se ponen como locas cuando salen los chicos de BLN, hay que alejarlos porque se les tiran encima. En ocasiones hasta los aruñan.

¿Y en la moda? También influye es más de eso algunas chicas se mantienen porque por medio de esa influencia mantienen sus redes sociales y hacen canjes. Las jóvenes las ven como referente y quiere usar lo que ellas se ponen.

¿BLN es mentira o verdad?

Esa pregunta me puede costar el puesto ¿si sabes? pero te dejo la espinita, mira solo te digo algo en la televisión todo no es real. También hay que crear algo de suspenso para tener entretenida a las personas.

1.23 Discusión General de los Resultados

En base al objetivo general de la investigación que es analizar la Parrilla de programación de Canal UNO y su influencia en las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Róldos Aguilera, se ha recorrido varias fuentes como libros, videos, enciclopedias, encuestas y entrevistas que han ayudado a confirmar nuestra hipótesis.

Antes los niños y los adolescentes tenían en su vida social como epicentro el aire libre y con él los juegos “la rayuela, trompo, la cometa” que compartían con los compañeros de su entorno. Pero con la aparición de las nuevas tecnologías esto cambio con el pasar del tiempo.

Al comenzar a desarrollar el marco teórico nos encontramos con la historia de los medios de comunicación y algunas investigaciones ya realizadas que dejan clara la importancia para el trabajo de analizar la parrilla de programación del canal UNO y a su vez clasificar por medio de las encuestas los programas más vistos por las adolescentes y poder hacer un análisis más detallado de ellos.

Las encuestas fueron realizadas a 106 adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera, de 12 a 16 años de edad en la que se obtuvo como resultado lo siguiente: El 59% de los padres no controlan los programas que ven su hija y por esa razón quedan expuestas a la influencia de la televisión ya sea esta positiva o negativa. Lo que causó sorpresa es que el 9% de las adolescentes sus padres si las controlan a la hora de ver televisión, pero sin embargo ellas ven televisión altas horas de la noche, y ellos están consiente de lo que ellas ven y en ocasiones también lo hacen ellos.

Sería bueno preguntarse ¿Qué es lo que ven las jóvenes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera en Canal UNO? como dirían los productores nacionales “nosotros le damos a la gente lo que la gente quiere ver, BLN es el programa más visto

con un 60% que se puede verificar en la tabla 4 y compararlas con las respuestas de la pregunta 5 que se encuentra en la tabla 7 donde ellas dicen que en BLN ven peleas, drama, promiscuidad y vulgaridad, pero les gusta verlo, será que ellas están conscientes de lo que dicen y hacen. El período de la adolescencia es una etapa crucial para el ser humano, porque las experiencias e influencias recibidas durante esos años es en gran medida el futuro inmediato: los primeros pasos como adultos. En este contexto, la televisión se ha convertido en un riesgo para los adolescentes. Los padres de familia afirmaron durante las entrevistas realizadas que las jóvenes pasan más de 4 horas diarias viendo la televisión, por ello se sustenta que el riesgo de influencia es alto.

La televisión es el pasatiempo perfecto de las chicas del sector, porque se encuentra en todos los hogares y es fácil utilizarlo, solo lo enciendes y te encuentras con un noticiero que lo que te produce es cualquier reacción menos la de salir a la calle por el miedo de que te asalten o te atropelle un carro. Se exagera y dramatiza mucho la información repetida y rutinaria por varias horas, sin resaltar mucho los enfrentamientos, bromas pesadas y racistas entre compañeros que se burlan de la mucha o poca inteligencia de ellos mismos. No en vano la SUPERCOM ha tomado cartas en el asunto y en varias ocasiones ha hecho uso de la Ley Orgánica de Comunicación para hacer cumplir al medio con lo que estipula la ley en el Art. 80.- De los Objetivos de los medios de comunicación social y públicos, también en el Código de la Niñez y Adolescencia Capítulo III que habla de Derechos, Garantías y Deberes relacionados con el desarrollo de los adolescentes.

La televisión en la actualidad es amiga, hermana y porque no decir hasta la madre de la nueva juventud, esa juventud que se está criando con violencia, con morbo

sin conciencia de la realidad si no basada en un mundo de consumismo e irrespeto hacia ellos mismo y a la sociedad que los rodea.

Con todo el trabajo de campo y de observación realizada se confirma la hipótesis inicial de la influencia de la programación de Canal Uno en el comportamiento de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

El Medio de comunicación genera el irrespeto hacia ellas mismas, porque no les enseñan a valorarse como mujeres y seres humanos, porque piensan que es normal andar en la calle semidesnuda, quitarle el novio a una amiga y tener dos y tres vaciles o “amigos con derechos” como dicen ellas, ya que eso es lo que les ofrece Canal UNO en sus realitys y esa propuesta se la refuerza en el programa Faranduleros.

Que está pasando con los productores, presentadores y dueños de los medios de comunicación del Ecuador que no miden la responsabilidad grande que tienen en sus manos, donde está esa ética que se pregona. Sean justos con ustedes y con la sociedad en la que viven, los niños, los adolescentes y los jóvenes son el presente y el futuro de la Patria esa Patria que ustedes llaman rating.

1.24 Conclusiones

Los resultados obtenidos en la presente investigación de campo han permitido extraer las siguientes conclusiones:

- ✓ Definitivamente un 79 % de las adolescentes encuestadas del total de la muestra registran un alto nivel de influencia en la forma de vestir de los presentadores y protagonistas de los programas BLN y Faranduleros. Ellas se basan en la imitación de estos estereotipos para ser aceptadas en la sociedad o solo para aparentar y ser aceptadas en su entorno.

Sus pequeñas blusas, vestidos cortos y short chiquito son lo que le llaman las adolescentes estar a la moda, antes los padres elegían que ropa llevaban sus hijas, ahora ya no porque ellos no saben nada de la nueva moda.

Otra forma de influir en las jóvenes es por medio de sus redes sociales ya que las adolescentes, la siguen y ahora se ha convertido en tendencia para la gente de pantalla promocionar y ofrecer consumo de bienes materiales, donde les recomiendan donde comprar, comer y vestir. Tanto es así que las jovencitas tratan de imitar su forma de pintar y de peinar su cabello.

Como dirían las mismas adolescentes “la moda no incomoda al contrario te hace Nike, te hace Hot”.

Hay que tener presente que la publicidad puede cambiar hábitos, conductas y comportamiento en todo un País.

- ✓ Los factores de riesgo son muchos porque la televisión consume el tiempo de las adolescentes, alejándolas de su vida social y familiar. Generándoles una dependencia emocional que controla su forma de comportamiento.
- ✓ La influencia que tiene Canal UNO hacia las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera está dada prácticamente en los noticieros, el programa Faranduleros y muy en especial el Reality BLN.

La parrilla de programación influye en la conciencia con estos programas impactantes, BLN muestra un tipo de vida que contiene libertinaje extremo y porque no decir violencia entre compañeros por peleas motivos de traiciones amorosas entre ellos.

Hay que tener claro que la adolescente ya distingue la realidad de la fantasía, pero no tiene un criterio sólido de lo bueno y lo malo por esa razón los hace influenciables.

- ✓ Los medios de comunicación no tienen esa responsabilidad con la sociedad ellos se mueven solo por lo económico, por el rating.

1.25 Recomendaciones

- ✓ Canal UNO debe presentar programas de interés en las personas y especialmente en la juventud, a fin de que estos adopten un comportamiento adecuado, ya que en el tiempo actual en que vivimos se han perdido los valores morales en la familia y por ende en la sociedad. Qué bueno sería despertar y prender la televisión y te encuentres con un programa que te de ánimos para salir adelante, que te de la fuerza para levantarte y te diga que tú puedes lograr todo lo que te propongas. Que la crisis está, que la violencia está, pero que nosotros somos capaces de cambiar la historia con nuestros actos.
- ✓ Recomendaría un programa de superación personal, donde generemos concursos que nos ayuden a culturizarnos como leer libros, concursos de historias de los barrios de nuestro País que son muchos y que su propia gente sean los protagonistas, ya que les gusta salir en la televisión.
- ✓ Los padres de familia de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera deberían tener más control de lo que hacen sus hijos, no darle el trabajo de la educación de ellos a la televisión, deberían tener un horario determinado para que el joven pueda entretenerse con programas televisión, para que así no afecte su rendimiento académico. Es hora de que los padres del sector tomen el control de la situación y también ellos se eduquen en la forma de ver televisión, para así poder orientar a sus hijos.

- ✓ Los padres deberían alertar a los hijos sobre los efectos de la publicidad. No dejar a las adolescentes solas frente al televisor, ellos necesitan de los adultos para juzgar lo que ven. Pero deben de tener presente y tratar de no encender la televisión durante las comidas, sería desaprovechar unos de los mejores momentos para compartir en familia.

1.26 Bibliografía

Spectus. (1996). *Aprende conmigo: La Televisión en el centro Educativo*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Wikipedia. (julio de 2016). *Telerama*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Telerama#Historia>

"Calle y Risa" Braulio Trach. (15 de julio de 2016). *Facebook*. Obtenido de <https://es-la.facebook.com/CalleyRisa/>: <http://facebook.com/CalleyRisa>

Almeida, N. P. (2014). *Diseño de Estudios de Televisión del Canal Gama TV*. Trabajo previo a la titulación de Arquitecta de Interior, Universidad de las Américas. Recuperado el julio de 2016, de <file:///D:/Users/ASUS/Downloads/historia%20de%20gama.pdf>

Barreto, M. A. (13 de mayo de 2002). Marcel Rivas revela todo sobre el nuevo 'Canal 1'. *El Universo*, pág. Cultura. Recuperado el julio de 2016, de <http://www.eluniverso.com/2002/05/13/0001/262/9A73D75ACBEA45769982B05CB3C5EC34.html>

Canal UNO. (Septiembre de 2016). *Canal UNO*. Obtenido de <http://www.canal1tv.com/about>

Canal UNO. (julio de 2016). *www.canal1tv.com*. Obtenido de https://www.facebook.com/Canal-Uno-Tv-Ecuador-152775808083612/info/?tab=page_info§ion=network&view

Carlos, M. V. (2015). *Análisis de la parrilla de programación de los canales de televisión de cobertura nacional del Ecuador, a un año de la Ley de*

Comunicación. Titulación de Licenciado en Comunicación Social, Universidad Técnica Particular de Loja, Loja - Ecuador.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). Montecristi.

Delgado, J. (2015). Programa en Carne Propia.

Ecuador. Defensoría del Pueblo. (2012). *El derecho a la igualdad y la prohibición de discriminación. Patrones y prácticas culturales discriminatorias en los medios de comunicación: producción nacional y publicidad discriminatoria*. Quito. Obtenido de <http://repositorio.dpe.gob.ec/handle/39000/65>

Ecuavisa. (2015). *Ecuavisa*. Obtenido de Historia: <http://www.ecuavisa.com/contenido/historia>

El Telégrafo. (8 de Julio de 2011). En carne propia... y ajena. págs. <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/columnistas/1/en-carne-propia-y-ajena>.

J.J. Casas Rivero, M.J. Ceñal González Fierro. (2005). Desarrollo del adolescente. Aspectos físicos, psicológicos. *Unidad de Medicina del Adolescente. Servicio de Pediatría. Hospital de Móstoles, Madrid, 20 - 24*. Recuperado el julio de 2016, de [http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/puericultura/desarrollo_adolescente\(2\).pdf](http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/puericultura/desarrollo_adolescente(2).pdf)

León, B. (2014). *Detrás de las cámaras: Un manual para los profesionales de la televisión*. Salamanca - España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

LOC. (2015). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito - Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones.

- Mendoza, M. E. (Noviembre de 2015). Historia Pre Cooperativa Jaime Roldós Aguilera . (P. G. Quiñonez, Entrevistador)
- Mora, A. (1982). *La Televisión en el Ecuador*. Guayaquil: Amauta.
- Noam, C. (1992). *Ilusiones necesaria control del pensamiento en los gobiernos democráticos*. Madrid: Caronte.
- Ortells. (2009). La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión. *Latina de Comunicación Social*.
- Pontón. (2007).
- Rivas, M. (13 de mayo de 2002). Marcel Rivas revela todo sobre el nuevo ‘Canal 1’. (M. A. Barreto, Entrevistador)
- SUPERCOM. (29 de JULIO de 2016). <http://www.supercom.gob.ec/es/>. Obtenido de <http://www.supercom.gob.ec/es/sala-de-prensa/noticias/905-supercom-resolucion-canaluno-video-erotico-erotismo-adolescente-franja>
- SUPERCOM. (9 de MARZO de 2016). <http://www.supercom.gob.ec/es/>. Obtenido de <http://www.supercom.gob.ec/es/sala-de-prensa/noticias/718-supercom-resolucion-canaluno-farandula-giovanny-dupleint-franja-horaria-multa>
- TC Televisión. (2016). *TC mi canal*. Obtenido de <http://www.tctelevision.com/historia>
- Wikipedia. (12 de SEPTIEMBRE de 2016). Recuperado el SEPTIEMBRE de 2016, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Canal_Uno_\(Ecuador\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Canal_Uno_(Ecuador))

ANEXOS



Ilustración 13.- Encuesta a las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera

Elaborada por: Paola Godoy Quiñonez.



Ilustración 14.- Forma de vestir de combatientes BLN en el Programa



Ilustración 15.- Forma de vestir de las participantes de BLN



Ilustración 16.- Forma de vestir de las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera



Ilustración 17.- Influencia al consumo de productos
Fuente: instagram @paolamaya86

**ENCUESTA REALIZADA POR PAOLA GODOY QUIÑONEZ
UNIVERSIDAD LAICA VIVENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL
FACULTA DE CIENCIAS Y DERECHO**

Estimados Jóvenes el siguiente cuestionario tiene la finalidad de poder medir los Efectos que tiene el contenido de la Programación de CANAL UNO en el Comportamiento de los Adolescentes 12 a 18 años de la pre-cooperativa Jaime Roldós Aguilera.

EDAD: _____ **NIVEL DE ESTUDIO:** _____

ESTADO CIVIL: _____

1. ¿Tus padres controlan los programas que ves en la Televisión?

SI NO AVECES

2.- ¿Qué clase de programas prefieres ver en la televisión Ecuatoriana? Numerar del 1 al 5 teniendo en cuenta que uno es menor y 5 mayor preferencia.

Telenovelas (HASTA QUE LA PLATA NOS SEPARE)	<input type="checkbox"/>
Noticieros (CONFIABLES – EN CARNE PROPIA)	<input type="checkbox"/>
Farándula (FARANDULEROS)	<input type="checkbox"/>
Reality (BLN)	<input type="checkbox"/>
Cultural (ECUADOR MULTICOLOR)	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Qué experimentas al ver Escenas de Violencia en los Noticieros de CANAL UNO?

PLACER () CORAJE () MIEDO () INDIFERENCIA ()

4.- Consideras que los programas educativos son:

Entretenidos Divertidos Aburridos

5.- ¿Qué aptitudes ves en los presentadores y competidores del reality BLN?

Competencia Sana () Sinceridad () Peleas () Drama ()
Morbo () Vulgaridad () Promiscuidad ()

Ilustración 18.- Primera parte del modelo de la encuesta realizada a las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera

6.- ¿Te sientes identificado con algún Presentador, Participantes o Integrantes de algún programa de CANAL UNO?

SI _____ NO _____

7.- ¿Cuál es el personaje de CANAL UNO que más te agrada?

8.- ¿Qué opinas de la forma de vestir de los Presentadores y Participantes de los siguientes programas?

	EXCELENTE	BUENO	MALO
BLN	()	()	()
FARANDULEROS	()	()	()
AMIGOS INTIMOS	()	()	()

9.- ¿Crees que los Adolescentes de tu edad imitan a los Presentadores o Participantes de estos programas?

SI _____ NO _____ AVECES _____

10.- ¿Los contenidos de la programación de CANAL UNO otorga un aporte positivo a la sociedad?

SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

11.- ¿Qué te gustaría que tenga tu programa favorito de televisión?

Historias reales	<input type="checkbox"/>
Comedia	<input type="checkbox"/>
Información educativa	<input type="checkbox"/>
Cultura	<input type="checkbox"/>
Deporte	<input type="checkbox"/>
Moda	<input type="checkbox"/>
Historia de superación	<input type="checkbox"/>
Otros: _____	

Ilustración 19.- Segunda parte del modelo de la encuesta realizada a las adolescentes de la Pre-Cooperativa Jaime Roldós Aguilera