



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACION

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADO EN PERIODISMO

Tema:

**ANÁLISIS DEL FORMATO DEL PROGRAMA PLURITV 2 Y SU IMPACTO EN
LA FORMACIÓN EDUCATIVA DE LOS HABITANTES DE MAPASINGUE
ESTE, CUIDADELA QUISQUIS, MANZANAS G Y H**

Tutor:

Msc. José Luis Ferez Vergara

Autora:

Cinthya Aracely Carreño Rodríguez

Guayaquil, 2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

La señorita Carreño Rodríguez Cinthya Aracely, declaro bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a la suscrita y me responsabilizo con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar el ANÁLISIS DEL FORMATO DEL PROGRAMA PLURITV 2 Y SU IMPACTO EN LA FORMACIÓN EDUCATIVA DE LOS HABITANTES DE MAPASINGUE ESTE, CUIDADELA QUISQUIS, MANZANAS G Y H.

Autora:

Cinthya Aracely Carreño Rodríguez

C.I. 0923497556

CERTIFICADO ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis final PluriTV.docx (D28009632)
Submitted: 2017-05-02 13:02:00
Submitted By: jgyaguana@hotmail.com
Significance: 3 %

Sources included in the report:

<https://encolombia.com/libreria-digital/lmedicina/ecmg/fasciculo-4/ecmg4-enfoqueintegral1/>
<https://prezi.com/f5g1pjo-ub2a/multimedia-hipertexto-hipermedia/>
<http://www.ciaindumentaria.com.ar/plataforma/observatorio-de-medios-revista-cosmopolitan/>
https://www.unicef.org/ecuador/pub_adolescence_sp.pdf
tesis terminada.docx (D13062713)
<http://escritoriofamilias.educ.ar/datos/redes-sociales.html>

Instances where selected sources appear:

11



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO: ANÁLISIS DEL FORMATO DEL PROGRAMA PLURITV 2 Y SU IMPACTO EN LA FORMACIÓN EDUCATIVA DE LOS HABITANTES DE MAPASINGUE ESTE, CUIDADELA QUISQUIS, MANZANAS G Y H

AUTOR/ES:

CARREÑO RODRÍGUEZ CINTHYA

REVISORES:

MSC. JOSÉ FEREZ VERGARA

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PAGS: 92

PALABRAS CLAVE:

Productos Formativos – Educomunicación – Programa - televisión.

RESUMEN:

El presente proyecto, corresponde al análisis de del programa televisivo PluriTV, que se transmite en señal abierta en todos los canales de la televisión ecuatoriana. La investigación está compuesta de tres capítulos que se van desarrollando en correspondencia con los objetivos e idea a defender del primero, en el segundo se destaca el abordaje de la teoría referencial de los medios nacionales y su producción de formatos con corte educativo, mientras que en el tercero, se concluye con la metodología y la aplicación de los instrumentos.

La realización completa del proyecto, se conjuga en una ardua labor que detalla paso a paso la construcción del mismo, que a su vez despertó la novedad científica que constituye un valioso contenido epistmológico, de igual manera, se une con la recopilación de auténticos resultados recopilados a partir de las entrevistas y encuestas realizadas por el investigador.

Finalmente se concluye la investigación con un detallado de los instrumentos utilizados y su resultado dentro del proyecto, datos que reflejan el gusto, interés y continuidad de los asiduos televidentes del programa, que ratificaron la necesidad de su permanencia en las transmisiones diarias.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):	<input type="checkbox"/>	
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/> X	NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: CINTHYA ARACELY CARREÑO RODRÍGUEZ	Teléfono: 0990583454	E-mail: jgyaguana@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCION:	Nombre: MSC. LUIS CORTEZ ALVARADO DECANO	
	MSC. FEDERICO VARAS CHIQUITO PERIODISMO	
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR DE	
	E-mail: fvarasc@ulvr.edu.ec	

AGRADECIMIENTO

A Dios por saber guiar mis pasos y darme la fuerza que necesitaba para concluir este trabajo.

A la Universidad Laica Vicente Rocafructe y a mis maestros, que sepan que han formado una profesional a carta cabal que jamás los decepcionará.

Y de manera especial me gustaría agradecer a mis padres, a mi madre Mercedes Rodríguez Sánchez y a mi padre José Carreño Otero, quienes supieron inculcar en mí, desde pequeña, el tesón y la persistencia que los seres humanos necesitamos para empezar proyectos y llevarlos a buen fin, por sus deseos de superación y por sus oraciones. Además quiero agradecer a mi esposo, Jimmy Yaguana Córdova, pues sin su paciencia, impulso y amor jamás hubiese podido llegar a esta meta que concluye con este trabajo. Gracias esposo mío por tu ayuda y por creer en mí. Gracias, los amo.

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a mi hijo Matías Yaguana Carreño para que le quede como ejemplo y que le sirva de guía, quizá cuando esté a punto de concluir sus estudios y de vivir mi misma experiencia, necesite repasar sus hojas y leerlo para seguir los pasos de su madre o los que Dios y la vida le tengan reservado.

Que a través de él aprenda estas lecciones: Que las cosas no son fáciles, pero que definitivamente el que persevera, alcanza y que cuando hay un ser humano decidido a lograr una meta, difícilmente podrá existir algo que lo haga renunciar. Espero que cuando lo leas te sientas muy orgulloso hijo, pues para llegar a este final mi motivación siempre has sido tú.

Con todo mi amor, para ti Matías.

Cintha

Resumen

El presente proyecto, corresponde al análisis de del programa televisivo PluriTV, que se transmite en señal abierta en todos los canales de la televisión ecuatoriana.

La investigación está compuesta de tres capítulos que se van desarrollando en correspondencia con los objetivos e idea a defender del primero, en el segundo se destaca el abordaje de la teoría referencial de los medios nacionales y su producción de formatos con corte educativo, mientras que en el tercero, se concluye con la metodología y la aplicación de los instrumentos.

La realización completa del proyecto, se conjuga en una ardua labor que detalla paso a paso la construcción del mismo, que a su vez despertó la novedad científica que constituye un valioso contenido epistemológico, de igual manera, se une con la recopilación de auténticos resultados recopilados a partir de las entrevistas y encuestas realizadas por el investigador.

Finalmente se concluye la investigación con un detallado de los instrumentos utilizados y su resultado dentro del proyecto, datos que reflejan el gusto, interés y continuidad de los asiduos televidentes del programa, que ratificaron la necesidad de su permanencia en las transmisiones diarias.

Palabras clave: Productos Formativos, Educomunicación, Programa, televisión.

Abstract

The present project, corresponds to the analysis of the television program PluriTV, which is transmitted in open signal in all channels of Ecuadorian television.

The research is composed of three chapters that are developed in correspondence with the objectives and idea to defend of the first one, in the second one it emphasizes the approach of the referential theory of the national means and its production of formats with educational cut, whereas in The third, concludes with the methodology and application of the instruments.

The complete realization of the project is combined in an arduous work that details step by step the construction of the same, which in turn awakened the scientific novelty that constitutes a valuable epistemological content, likewise, it is united with the compilation of authentic results compiled Based on interviews and surveys conducted by the researcher.

Finally, the research is concluded with a detailed description of the instruments used and their results within the project, data that reflect the taste, interest and continuity of the program's frequent viewers, who confirmed the need for their permanence in daily transmissions.

Key words: Educational products, Educommunication, Program, television.

Introducción

En la actualidad, los medios de comunicación han llenado su parrilla de programas que producen ingresos económicos, dejando a un lado el espacio para la formación y educación de la sociedad.

El Ecuador no ha sido la excepción en estos problemas, pues en la televisión local existen muy pocos programas que se basen en estos formatos, asimismo cuando existen, es muy poco el tiempo destinado a ellos.

Al momento de pensar en una posible solución a esta problemática, se podría decir que implementar este tipo de programas podría generar cambios positivos en la sociedad, pero la tarea se vuelve compleja, ya que estos no son muy populares y no llaman la atención de los televidentes.

El país se caracteriza por tener diversos recursos geográficos, es decir que cuenta con una gran variedad de culturas y etnias que lo componen y forman una sola nación. Estas características ayudan que la audiencia aumente su acervo cultural, que se conozcan diferentes aspectos de nuestro país y se diviertan con las dinámicas del programa. La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, aprobada el 25 de junio de 2013 permite que se realicen programaciones con contenidos sobre la pluriculturalidad.

Desde el punto de vista empírico el programa PluriTV, con carácter educativo, cultural y de entretenimiento tiene participantes jóvenes como receptores potenciales, lo cual condiciona que esta audiencia refleje el conocimiento de las culturas existentes del Ecuador.

La investigación está compuesta de tres capítulos que se van desarrollando en correspondencia con los objetivos e idea a defender del primero, en el segundo se destaca el abordaje de la teoría referencial de los medios nacionales y su producción de formatos con corte educativo, mientras que en el tercero, se concluye con la metodología y la aplicación de los instrumentos.

La realización completa del proyecto, se conjuga en una ardua labor que detalla paso a paso la construcción del mismo, que a su vez despertó la novedad científica que constituye un valioso contenido epistemológico, de igual manera, se une con la recopilación de auténticos resultados recopilados a partir de las entrevistas y encuestas realizadas por el investigador.

Finalmente se concluye la investigación con un detallado de los instrumentos utilizados y su resultado dentro del proyecto, datos que reflejan el gusto, interés y continuidad de los asiduos televidentes del programa, que ratificaron la necesidad de su permanencia en las transmisiones diarias.

CAPITULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En tiempos en que la popular telebasura se ha tomado las pantallas y los contenidos de los medios de comunicación es loable alabar esfuerzos como el de programas como “Álbum de Fotos”, emitido por Canal Uno, “Ecuador Multicolor”, que se transmite por Ecuador TV y medios afines y el de “PluriTV 1 y 2”, programas culturales y educativos con que los que todavía creen en la posibilidad de una televisión de calidad hacen esfuerzos por conquistar el paladar de la teleaudiencia, tan acostumbrada al contenido ligero, pero de alto impacto.

El problema básico que enfrenta este tipo de espacios es que, al no gozar de un amplio rating, simplemente no constituye un “buen negocio” y por tanto trabajan a pérdida, sumando la constante sombra de que en cualquier momento puedan ser sacados de la parrilla, caso puntual de PluriTV 2 que en este momento solo se emiten reprises, pues ya no se realizará una tercera temporada debido al bajo impacto televisivo que obtuvo su segunda temporada. Sin embargo, el rating nada tiene que ver con la repercusión en la gente que sí logró observarlo y para quienes constituyó una plataforma de aprendizaje, mucho más allá de lograr entretenerlos sanamente. Entre este grupo poblacional se encuentran los moradores de

Mapasingue Este, Ciudadela. Quisquis manzanas G y H, ubicadas al norte de Guayaquil, los a que a su vez se convierten en los sujetos del presente estudio.

El tratamiento del contenido del programa PluriTV 2 fue sometido a una variación importante y en ello radica quizá el menor nivel de rating y el poco interés que experimentó en referencia a su similar programa, emitido un año antes, PluriTV 1 versus PluriTV 2.

Si bien ya los medios luchaban con el problema de no tener en sus filas comunicadores suficientemente capacitados y dispuestos a tratar información intercultural, un poco antes de empezar las grabaciones de la segunda temporada del programa apareció con algo que no existía en la primera, el Reglamento de Comunicación Intercultural, desarrollado por la Superintendencia de la Información y Comunicación, Supercom y dentro de este reglamento, los 15 parámetros que debía cumplir un programa de tv, radio o contenido para prensa escrita, para ser considerado “intercultural”.

Los parámetros que reposan en el reglamento, modificaron completamente el panorama del programa Pluri tv2. ¿Qué pasa si los medios deciden no cumplir a cabalidad con el Reglamento de Difusión intercultural? Pues que enfrentarían el grave problema de no pasar por el filtro de la Superintendencia de la Información y Comunicación, Supercom, que vela por que la Ley Orgánica de Comunicación se cumpla, debiendo pagar una considerable multa y alejando la posibilidad de que la televisión inteligente se convierta en un “buen negocio” en un país en donde reina la llamada telebasura “porque es lo que vende”.

En Ecuador hay pocos ejemplos de televisión educativa, puesto que no son de interés comercial o simplemente han sido calificados como poco rentables o de poca audiencia. A partir de la creación de la ley de comunicación en 2013 los medios se han visto obligados a crear nuevos espacios; las cadenas de televisión comenzaron a clasificar los contenidos y aceptaron iniciativas de productores independientes que llevaron a sus pantallas contenido musical, intercultural y educativo. Sin embargo, se puede pensar en una combinación, un espacio educativo – concurso, similar a “Quien sabe sabe” que logró el éxito en la década de los 80.

Pluriv, es el programa concurso que mezcla la televisión educativa – cultural con los concursos que lleva un año al aire y es necesario conocer si ha tenido acogida entre los moradores de Mapasingue Este, Ciudadela. Quisquis manzanas G y H.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué influencia tiene el formato educativo del Programa PluriTV2 en los habitantes de la Mapasingue Este, ciudadela Quisquis Manzana G y H tomando en cuenta los parámetros de la Ley de Comunicación?

1.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Por qué los programas de algunos canales de televisión no pueden ser considerados realmente interculturales?

- ¿Los comunicadores tienen claro el Reglamento para la Difusión de Contenidos Interculturales

- ¿Es necesario que todos los programas o reportajes cumplan con los 15 parámetros en cada una de sus emisiones?
- ¿Influyó el cambio de contenidos interculturales entre el Programa de Pluriv 1 y 2 en el registro de los niveles de audiencia?
- ¿Quiénes forman parte de los Pueblos y Nacionalidades?

1.4 OBJETIVOS

GENERAL

Analizar el impacto del formato educativo del programa PluriTV 2 en los habitantes del Mapasingue Este, ciudadela Quisquis, Manzana G y H y dilucidar como el Reglamento influyo en los Programas Interculturales.

ESPECÍFICOS

- Determinar diferentes metodologías y teorías de los programas televisivos de contenido intercultural.
- Conocer qué características poseen los contenidos que transmite el programa Pluriv 2 desde el ámbito cultural.
- Evaluar la influencia que ejerce el programa Pluriv 2 en los habitantes de Mapasingue Este, ciudadela Quisquis manzanas G y H.

1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En las sociedades actuales, los medios de comunicación tienen un papel fundamental en la conformación de la percepción ciudadana del mundo. Así, desde las ciencias de la comunicación numerosas teorías han abordado este

tema, siendo pioneras las de Berger y Luckmann acerca del papel de los Mass media en la construcción social de la realidad; además, las sucesivas investigaciones teóricas han ido completando y matizando las distintas hipótesis, pero en todo caso pervive la consideración respecto a la incuestionable influencia que los medios tienen en las percepciones y los imaginarios sociales.

No obstante, ese influjo mediático no se limita sólo al ámbito de la percepción, sino que poco a poco condiciona también el espacio de lo deseable; la construcción de la realidad implica una construcción paralela de las actitudes, los hábitos o las creencias, hasta el punto de terminar incidiendo en aquello que los individuos desean o creen que deben ser. La publicidad y el conjunto de las comunicaciones comerciales tienen sin duda una misión muy relevante en este sentido, aunque en esa construcción del deseo también son primordiales el resto de contenidos mediáticos, tanto de ficción o entretenimiento como de cualquier otra índole.

El consumo de contenidos audiovisuales de los jóvenes españoles en diferentes pantallas no ha dejado de aumentar en los últimos años y ello aun cuando el consumo de televisión se ha mantenido en altos niveles, lo que viene a significar que los y las jóvenes han sustraído tiempo de otras actividades de ocio como el deporte o estar físicamente con otros jóvenes. (Bermejo Berros, 2012)

A veces, lamentablemente, el televisor, la radio e incluso el internet, se vuelven un gran aliado familiar porque asume el papel de “niñera”. Fabiola Napuri, periodista de profesión vinculada a la cinematografía y espectáculos, nos comenta que “por otro lado suele decirse que la televisión es la mejor niñera y la más barata, pero

eso no debería ser motivo ni excusa para que esta sea su actividad principal, creo que los niños necesitan parques para correr y trepar árboles, campo para ampliar su imaginación y creatividad a través de juegos y socialización.” Efectivamente, el televisor ha pasado a ser el centro de la vida de los niños, después del colegio. En su defecto, ha dejado de ser una fuente de cultura a ser una fuente de incultura para el futuro del país.

El presente trabajo analiza profundamente el descenso en el rating y nivel de interés en la transmisión del Programa PluriTv2 registrado a partir de la promulgación del Reglamento de Comunicación Intercultural difundido por la Supercom. El cambio de contenido como causante de que la gente deje de ver el programa y prefiera cambiar de canal, perjudicando profundamente al programa, a la productora, a quienes laboraban en él y a quienes lo disfrutaron alguna vez desde sus casas.

Este descenso fue medido entre los habitantes de Mapasingue Este, Ciudadela Quisquis, manzana G y H de Guayaquil y sometido a un análisis histórico con respecto a las mismas fechas del año pasado en que estaba al aire PluriTv1 que poseía otro enfoque diferente y que había sido realizado sin parámetros ni reglamento.

Sin embargo, al no haber un reglamento, el contenido de este primer PluriTv se hizo en base a lo que dictaba la experiencia del equipo desarrollador del contenido, a lo que su conciencia les dictaba que era o debía ser un programa intercultural, un año después, apareció El Reglamento de Programas Interculturales que marcaba cual realmente era la información y contenido que

debían manejar los programas interculturales y con ello el panorama cambio de manera brusca.

Esta información ahora no era cercana a la gran sociedad mestiza que era la consumidora del programa y entre quienes se mide el rating o niveles de interés de cada programa, es más, la excluyó completamente del panorama dejando solamente a los “Pueblos y Nacionalidades” antes poco visibles. Esto provocó que esa conexión establecida por el contenido de PluriTv1 se pierda y que la gente deje de ver PluriTv 2.

En este momento el contrato de la Productora responsable del programa, Jirafa Producciones, no ha renovado contrato con los canales para realizar PluriTV3 debido a los bajos niveles de audiencia registrados, lo que hace que este programa cumpla con la ley, pero que sea considerado un pésimo negocio y esporádicamente saldrá del aire, dejando vacío el espacio que podría ocupar otro programa de telebasura.

Sin embargo, al no haber un Reglamento, el contenido de este primer PluriTv se hizo en base a lo que dictaba la experiencia del equipo desarrollador del contenido, a lo que su conciencia les dictaba que era o debía ser un programa intercultural, un año después, apareció El Reglamento de Programas Interculturales que marcaba cual realmente era la información y contenido que debían manejar los programas interculturales y con ello el panorama cambio de manera brusca.

Esta información ahora no era cercana a la gran sociedad mestiza que era la consumidora del programa y entre quienes se mide el rating o niveles de interés

de cada programa, es más, la excluyó completamente del panorama dejando solamente a los “Pueblos y Nacionalidades” antes poco visibles. Esto provocó que esa conexión establecida por el contenido de PluriTV1 se pierda y que la gente deje de ver PluriTV2.

Por la caída vertiginosa del rating y el descenso del nivel de interés en la transmisión de PluriTV2 que ha ocasionado que los medios de comunicación ya no compren el producto.

Por el deber de cumplir con la obligatoriedad de la ley. Los programas interculturales no están al aire por gusto, sino porque existe la necesidad de los medios de comunicación de cumplir con la Ley Orgánica de Comunicación que determina que el 5% de la programación al aire debe corresponder a este tipo de información.

1.6 DELIMITACIÓN O ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

En función de lograr un alto nivel de profundidad en el tema estudiado se delimita el objeto de la investigación centrado en el nivel de instrucción, educación y entretenimiento que alcanza el programa PluriTV2 en los habitantes de habitantes de Mapasingue este, ciudadela Quisquis, manzana G y H en la ciudad de Guayaquil.

El estudio se delimitará además en cuanto al tiempo, pues se analizará cómo fue la recepción del espacio durante los meses de enero y febrero del 2017.

Desde el punto de vista teórico delimita el estudio a partir de la sistematización de concepciones claves como los estudios de recepción, las mediaciones existentes

en la recepción de los medios de comunicación, la función educativa y de entretenimiento de los medios y las características de la pluriculturalidad.

1.7 IDEA A DEFENDER

Si el formato de programas de TV como PluriTV continuara transmitiéndose, el nivel cultural de los habitantes de Mapasingue este, ciudadela Quisquis, manzana G y H en la ciudad de Guayaquil, mejoraría considerablemente hasta convertirse en un programa educativo que aporte de forma paralela la escolaridad de dicho sector.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En la antigüedad los niños y los jóvenes escuchaban relatos y leyendas de héroes eminentes, que poseían habilidades sobrehumanas, donde se caracterizaba por tener una personalidad sobrenatural, que quedan fuera del alcance del ser humano ordinario. El héroe sobresale entre el resto de los mortales por unas cualidades singulares y así es reconocido por el resto de la sociedad.

El héroe encarna la quinta esencia de los valores dominantes en una cultura determinada y satisface las definiciones de lo que se considera bueno y noble en un momento dado.

“Las diferentes sociedades y civilizaciones han encontrado siempre, a lo largo del tiempo, estos referentes míticohumanos a los que venerar, admirar, seguir y aún adorar para después, quizá, destruir o aniquilar” (Riviére M. , 2010 a).

En la literatura el héroe vive en tragedias, no todo es perfecto y heroico, aunque no siempre son modelos de conducta, muchos cometían errores del cual eran

prisioneros de su carácter que los conllevaba a un destino trágico.

En las diversas culturas los mitos y los héroes son productos de las creaciones humanas, cuyo afán es darle sentido de existencia como es el caso de las leyendas griegas, hindú, chinas, entre otras. *“Cada pueblo representa de cierta manera –que varía con el tiempo– a sus héroes históricos o legendarios y esas representaciones son conceptuales”* (Durkheim, 1982).

Los héroes de los cómic estadounidenses, han sido llevados a la Gran Pantalla, del cual ha sido analizado de manera magistral por el Semiótico italiano Umberto Eco, donde el expresa que estos seres con poderes especiales tienen una doble personalidad, es un individuo normal que lleva una vida monótona y gris y de pronto se transforma en un superhéroe.

Haciendo un análisis de la obra de Umberto (Eco H., 1995) sobre este tema expresa: “La imagen simbólica como Superman, hacen de él un héroe dotado con poderes superiores al hombre común, es una mezcla entre Hércules con Sigfrido, Orlando con Pantagruel o Peter Pan. Siendo humanizado por su convivencia con los humanos” (232-233).

Es decir que el hombre ve en estos personajes como un ejemplo a seguir, la figura del héroe se humaniza y sus poderes son cada vez más de carácter terrenal, propios de una persona “normal”.

2.2 Tipos de medios de comunicación

De los diferentes períodos del desarrollo de la comunicación puede ser revelada la historia del devenir humano, pasando de la era de los símbolos, signos y señales a la era del lenguaje oral, después acaeció la era del lenguaje escrito cuya cúspide fue la creación de la imprenta, la cual dio paso a la era de los medios masivos de comunicación en todas sus manifestaciones.

A pesar de la existencia de varias concepciones sobre los distintos medios de comunicación masiva, algunos son reconocidos colectivamente y aceptados de forma unánime por los especialistas en el tema. Estos se refieren a la prensa escrita, el cine, la radio, la televisión y en los últimos tiempos la Internet ha sido reconocida como uno de estos medios, a partir de los considerables adelantos y avances tecnológicos emergidos en este ámbito.

Hoy consideramos a los medios de comunicación como las instancias masivas de la comunicación, ya sea la prensa, la radio y la televisión en sus acepciones públicas, privadas o comunitarias. Se trata de mecanismos que permiten la diseminación masiva de información facilitando la construcción de consensos sociales, la construcción y reproducción del discurso público y ciertos niveles de interacción principalmente de los nuevos medios independientes, alternativos y comunitarios, así fue reconocido en el Centro Global de Conocimientos Familiares, el cual entre otras funciones se encargan de estudiar los impactos de los medios de comunicación en los hogares y comunidades (Global Knowledge Partnership (GKP), 2014).

A continuación se relacionan los medios de comunicación mencionados anteriormente, los que constituyen en la actualidad los de mayor alcance y reconocimiento.

2.3 Prensa Escrita

La prensa escrita incluye todas las publicaciones impresas donde fundamentalmente se reflejan los diferentes puntos de vista e ideología de las clases cuyos intereses se representan. Los periódicos, las revistas de entretenimiento, especializadas y académicas, los diarios de información general o específica, los tabloides, entre otros constituyen algunos de los principales formatos utilizados por la prensa escrita, Resulta el medio de comunicación más antiguo que existe, al punto de que sus orígenes se remontan al siglo XVI, poco tiempo después de la invención de la imprenta como uno de los mayores descubrimientos en la historia y vital para la historia de la comunicación.

La prensa como tal se concentra principalmente en la difusión de noticias con el fin de informar de forma objetiva, precisa y directa, haciéndole llegar información a cada ciudadano, de esta forma reconoce su influencia como instrumento persuasor y en el entretenimiento de las audiencias.

Este medio tiene grandes ventajas entre las que se destacan su flexibilidad, alta credibilidad, accesibilidad, gran alcance, bajo costo, permanencia física del mensaje, la presentación detallada de la información así como se precisa de un tiempo mínimo para la preparación del material noticioso, informativo o de cualquier índole. Gran parte de los estudiosos coinciden en que comparar este medio con la radio y la televisión aporta una mayor capacidad de análisis y reflexión sobre la información transmitida.

2.4 La Radio

La radio data de principios de 1900, y aunque existen indicios de que en 1908 en California, Norteamérica, un radioaficionado realizó la primera transmisión

meteorológica privada aún no se ha podido precisar cuál fue la primera transmisión radial. A pesar de esto no es hasta las décadas del cuarenta y el cincuenta que se generaliza la radio con la invención del transistor. Este hecho provocó el estallido del *boom* radial y aparecen nuevas emisoras en América y Europa.

Las ventajas de la radio están asociadas principalmente con sus bajos costos de producción, su amplio alcance e inmediatez y la aceptación por parte de los radioyentes al establecer como ningún otro medio un clima de intimidad con base en la imaginación, entre otra de las ventajas se puede mencionar la flexibilidad y adaptabilidad del mensaje así como la elevada selectividad demográfica y geográfica. Sin embargo las propias ventajas del medio son a su vez sus desventajas ya que constituye solo un medio auditivo, con una exposición efímera; baja atención y audiencias fraccionadas.

2.5 La televisión

La televisión surge como resultado del esfuerzo aunado de varios científicos en las áreas de la electricidad, el electromagnetismo y la electroquímica. Aunque los principios básicos ya eran conocidos en el siglo XIX, la realización práctica no se materializó hasta la aparición del conocido Disco de Nipkow y posteriormente la invención del iconoscopio de Vladímir Zvorykin y Philo T. Farnsworth.

Este medio al igual que el cine, combina lo auditivo, lo textual y la imagen. Ha sido llamado por muchos como “la caja tonta”, debido a que en sus inicios sus funciones estaban dirigidas esencialmente a la industria del entretenimiento y el ocio. A pesar de esto se le ha reconocido por muchos como el medio de

comunicación de masas por excelencia, ya que aun cuando constituye el más reciente de los medios de comunicación por transmisión, es el que más desarrollo ha alcanzado en menor tiempo logrando desplazar a otros medios.

2.6 Aspectos teóricos relevantes de la televisión.

La televisión es uno de los elementos fundamentales de la comunicación en nuestra sociedad llegando muchas veces a transmitir imágenes con contenidos demasiados fuertes para los jóvenes, es decir mensajes subliminales que puede influenciar en la forma de cambiar su forma de pensar. Un ejemplo podría ser las novelas transmitida por los canales de televisión donde lo único que trata es drogadicción, asesinatos, narcotráfico, etc.

En base a la influencia que ha tomado la televisión los adolescentes deben creas proyectos basados a formar sus ideas, pensamientos y opiniones que concienticen lo que es bueno y malo de la televisión.

Esto ha llegado a cambiar la manera de actuar de nuestros jóvenes, dejándose influenciar con este tipo de contenidos donde muchas veces han provocado embarazos no deseados, o caer en las garras de la drogadicción porque ellos llegan a pensar que lo que observan es bueno. En base a la influencia que ha tomado la televisión en los jóvenes se debe crear programas donde el único fin será formarlos con pensamientos racionales y que concienticen a como mirar le televisión y a cambiar el mundo.

2.7 Medios de comunicación y televisión

Los medios de comunicación ofrecen muchos servicios, tanto a la sociedad como a las personas. Además de servir como herramienta de ocio, diversión y entretenimiento, los medios de comunicación son claves para favorecer los

gobiernos democráticos puesto que ofrecen información a los ciudadanos.

La participación ciudadana en las sociedades democrática está condicionada por sus posibilidades de participación en los asuntos públicos, y para ello además de marcos legislativos y sociales que lo permitan se necesita información.

Esa labor informativa debe ser ejercida, fundamentalmente, por los medios de comunicación. Igualmente, deben servir de espacios para foros donde se expresen las diversas visiones sobre lo que afecta a la sociedad, y ejercer de control a través de la difusión de los abusos y corrupciones que pueden ser divulgados para que la ciudadanía pueda ejercitar su presión para exigir a los poderes públicos y a los políticos su eliminación.

Asimismo los medios de comunicación deben tener un compromiso con la transmisión de la cultura, la educación, y son un elemento muy poderoso en la socialización, especialmente en la etapa infantil, adolescencia y juventud porque en ellos se presentan valores, opiniones, formas de vida..., que influyen en la formación moral y ética.

2.8 Internet

El surgimiento de Internet se remonta a la década de los años 60 del pasado siglo XX, a partir de la creación en Estados Unidos de una red militar que posibilitara el acceso a bases de datos e información. Esto provocó que se siguieran realizando estudios que perfeccionaran las bases tecnológicas para de esta forma crear lo que posteriormente se convirtió en la actual red de Internet. Sus implementaciones prácticas comenzaron a finales de los 80 e inicios de los 90, y en 1995 empieza la gran expansión de Internet a partir de dos contribuciones importantes: La creación

del hipertexto así como de una página de redes electrónicas denominada World Wide Web (www).

Internet funciona actualmente como un medio interactivo, audiovisual y selectivo, llegando a convertirse en algo íntimo e indispensable para los sujetos. Relacionado con esto Echeverría (1999), afirma:

Suele decirse que Internet es un medio de comunicación, y ello es muy cierto. Sin embargo, Internet posee otras cualidades 'mediáticas', y por ello diremos que esta red es: un medio de comunicación, un medio de información, un medio de memorización, un medio de producción, un medio de comercio, un medio para el ocio y el entretenimiento y un medio de interacción. (pág. 86)

2.2 Fundamentación Comunicacional

2.9 ¿Qué es la comunicación?

Se denomina comunicación a un diálogo entre dos o más personas intercambiándose ideas de algún tema en específico, con el fin de transmitir o recibir el mensaje de una manera precisa y concisa de algún tema a discrepar, la comunicación es un medio importante ya que es una necesidad para sociabilizar. Basados en E. Pichón Riviere que en su libro “El Proceso Grupal de Psicoanálisis a la Psicología Social” señala:

“Comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal, interindividual o intergrupal”.

(Riviere, 1985, pág. 101)

En si nos ayuda a mantener contacto con la sociedad mediante mensajes, pensamientos, actividades, etc.

2.10 La Comunicación en la Sociedad

La comunicación es parte fundamental para los seres humanos, ya que de esta manera nos enteramos de las actividades que suceden en nuestro alrededor sin necesidad de estar presentes en el lugar que suceden los hechos, de esta forma tenemos una gran influencia de televidentes que hablan de comportamientos y costumbres gracias a todos estos medios.

La importancia de la comunicación en la sociedad es visible, se debe tener en cuenta el buen uso de la información que nos otorgan ya que induce a realizar distintas actividades que más tarde influye en la vida de cada ser.

En nuestra sociedad es una herramienta fundamental. La comunicación es el diálogo que dos o más personas pueden establecer manifestando sus ideas. La sociedad es un grupo de personas que comparten una cultura, tienen ciertas características en común como el idioma, la raza entre otros.

En la actualidad para comunicarnos ya no es complicado porque el mundo ha evolucionado y va experimentando y creando muchas cosas nuevas para el desarrollo en la sociedad. Ahora tenemos la facilidad de comunicarnos a larga distancia, mucho más rápido que en épocas anteriores.

La fama en la sociedad mediática actual

Las nuevas generaciones aspiran en un momento de su vida a ser un personaje de farándula o llegar a ser una celebridad. Todos tienen el derecho a soñar, son pocos los que tienen suerte de incursionar en la pantalla es decir incursionar o formar parte de ese "Olimpo mediático".

Hoy en día la fama no es exclusiva de las elites dirigentes o de la aristocracia, ahora todos tiene oportunidad, como señala Margarita (Rivière M. , 2009), *“la fama es algo consubstancial con todos y cada uno de los individuos, una especie de indumentaria vital y que nos caracteriza ante los ojos de los demás”* (73).

Son pocos los famosos que se distinguen relevantemente en la sociedad mediática, es así que la fama se la puede considerar como una “tarjeta de presentación” y un factor definitorio de lo que representa una persona para los demás. La fama, sin embargo, es frágil: es producto de los rumores, los comentarios y las opiniones de los otros.

“En tanto que construcción humana, consciente o inconsciente, la fama es una etiqueta social con la que hay que convivir y que, muchas veces, nos rodea. Será, pues, un elemento comunicativo básico, una “tarjeta de presentación” y un elemento definitorio de lo que somos para ciertas personas o grupos. [...] La fama acaba, al fin, siendo una etiqueta que puede definirnos y que, ante todo, implica la exposición pública de quien la ostenta. Quien no se somete a esta exposición pública nunca podrá disponer de fama” (Rivière, 2009) (74).

De manera muy resumida se explica tres tipos de fama presentes en la sociedad mediática.

1. Las personalidades que se destacan en la sociedad son las que asumen cargos responsables y relevantes, siendo parte de la élite de poder.

Son personas que influyen en la sociedad, donde influyen de forma acertada en la vida de la comunidad. Han sido muchos personajes influyentes en la historia sea en la política como en la económica. Donde tienden a alejarse del ojo de la sociedad.

2. Existen personajes notorios que se han destacado en el campo cultural sea: deporte, ciencia, arte, espectáculo, entre otras, a pesar de no tener poder real o descendencia aristocrática y son considerados como modelos de referencia para la ciudadanía.

“En una sociedad de tipo industrial, junto al poder efectivo de las élites religiosas, políticas, económicas, se ha ido perfilando la función de una élite irresponsable, compuesta por personas cuyo poder institucional es nulo, y que por tanto no están llamadas a responder de su conducta ante la comunidad, y cuya postura sin embargo se propone como modelo influyendo en el comportamiento” (Eco U. , 1995) (332).

En la sociedad contemporánea la fama es muy notorio en ciertos personajes, su reputación generan aceptaciones positivas o negativas en la sociedad. Algunos programas de televisión como Gran Hermano ha contribuido en crear una nueva élite social (sin riqueza, sin poder y sin prestigio) por el espacio y aceptación que tiene el medio de comunicación con este tipo de programa, el mismo que sus participantes solo tienen una fama efímera por haber participado en un reality show.

Para ser famoso es suficiente ser el centro de atracción en el programa, especialmente en televisión. “El contenido del concepto de excelencia cambia con cada época, pero conserva en cada una de ellas ese carácter de singularización de los individuos. En la era de la comunicación, la excelencia equivale a la visibilidad del individuo ante un grupo de individuos masivo etiquetado como público o audiencia” (Rivière, 2009) (322).

En internet se comienza a apreciar cierta relevancia en la creación de celebridades donde algunas personas que vivían en el anonimato consiguen tener

una fama mediática.

“La Web-celebrity puede entenderse como una persona famosa principalmente por crear o aparecer en contenidos divulgados a través de Internet, así como por ser reconocido ampliamente por la audiencia de la Web” (Pérez Rufí & Gómez Pérez, 2009) . Ahora bien, la consagración de las estrellas del ciberespacio o Web-celebrities llega, sobre todo, en el momento que trascienden el mundo de Internet y son reconocidas por la televisión u otros medios tradicionales, ya que alcanzan a un público mucho mayor.

La Televisión en formatos formadores para niños.

Con frecuencia el público se da cuenta que los programas de televisión pueden ocasionar daños a los televidentes más aún en los niños. En uno de los resultados de este problema es que ellos pasan desapercibidos y que no sean aprovechados en su valor intelectual, tanto para el hogar como para la escuela.

Este es un gran problema a nivel Latinoamericano, especialmente en el Ecuador en donde a pesar de que los medios de comunicación cuentan con una regulación que exige transmitir programas educativos en horarios para niños y programación de adultos en horas establecidas, se prefiere emisiones convenientes que ofrecen altos niveles de rating lo que se traduce en mayores ingresos para las televisoras.

Como se sabe que la televisión tiene una gran influencia en el hogar de preferencia en los niños y jóvenes, muchas veces dentro del hogar no se toma el control necesario de como orientar a ellos en aspectos televisivos, ya sea por ausencia o por descuido de los padres.

Los niños son parte del numeroso público expuesto a la televisión, y

probablemente el más vulnerable ante sus mensajes, dada su incompleta formación ideológica, social, cultural y de valores, desde la que son interpretados y asimilados los mensajes del medio televisivo. Por esta razón es imprescindible saber qué es lo que se va presentar en la televisión diariamente, especialmente en horarios a su disponibilidad.

Se considera un problema grave que los niños pasen mucho tiempo viendo la televisión, ya que afecta a su formación educativa y psicológica, además de repercutir en su carácter y comportamiento debido a que tienden a imitar la conducta de personajes y en ocasiones desafían la autoridad de los padres ya que este es un medio muy influyente, sobre todo en los niños y jóvenes.

Por esta misma razón se debe implementar programas educativos para niños que sin duda aportan para la formación de la infancia y un buen desarrollo y desenvolvimiento en la sociedad.

Algunas investigaciones con respecto al carácter infantil afirman que los niños no asimilan los mensajes cuando no hay interés y los asignan de acuerdo a sus experiencias. Estas investigaciones describen que el carácter pasivo de los niños es el reflejo no solo del tiempo que gastan viendo televisión sino también es asociado con los videojuegos, teléfonos celulares, internet, entre otros, teniendo una repercusión en el tiempo real y en los imaginarios comunes ya que esta nueva clase de comunicación ha establecido cortas dimensiones en su vida real, es decir en su cotidianidad.

En muchos estudios de este fenómeno se cree que la televisión es nociva para los

niños, sino al contrario se cree que si existen programas que educan, culturizan y aportan al aprendizaje, ya que los niños realizan sus primeros aprendizajes a través de la observación, experimentación e imitación y en este aspecto actúa la televisión como un instrumento mediático que muchas veces interpreta la realidad. Ofreciendo importantes modelos de conducta para la realización del niño.

La principal característica de los niños es la susceptibilidad a lo que ven en la televisión, y que inconscientemente va quedando dentro de su mente imágenes que impactaron o que les gustó. Es necesario analizar lo que se va a transmitir en la televisión y en especial los horarios que los niños se exponen a ella.

Programas concurso infantiles:

En Ecuador los programas concursos infantiles aparecen en la televisión en la década de los 70, teniendo amplia fuerza en los 89 y 90, por lo que muchos productores saben que la producción de un espacio conlleva a ser compleja la realización del mismo, por lo que no es fácil venderlo.

En muchos casos se cuestiona cuando se premia a un solo ganador, mientras que los demás concursantes no reciben nada, generándose una gran decepción en ellos. Pero cuando un programa concurso está bien orientado y manejado y que va de la mano de la creatividad y la imaginación, en lo que respecta a juegos educativos, que sean la satisfacción de cada uno de los concursantes.

A continuación, se hace referencia de algunos de los programas infantiles que tuvieron amplia representación de la programación Mexicana, el mismo que ha sido modelo o referente de nuevos estilos de programación en el Ecuador

(Primera Plana, 2012):

- TVO era un programa concursos que puso de moda el “trepas, trepa, trepa que trepa”; que incluía competencias del palo encebado y el lanzamiento de una persona al agua. Sus conductores fueron Liza Echeverría y Gaby Ruffo.
- El Tesoro del Saber salió al aire en 1983. Programa didáctico y educativo, se basaba en contenidos impartidos en las escuelas.
- Plaza Sésamo tuvo una segunda versión (mejor que la anterior) a mediados de los 90, pese a ser transmitido en México en los años 80.
- Chiquilladas fue el espacio donde germinaron artistas como Anahí, Alex Syntek, Carlos Espejel y Lucero, quienes entretenían a chicos y grandes con sus curiosidades.
- El Club de Gaby fue otro de los programas infantiles de los años 90, que presentaba a “La Famosa maestra Jimena”.
- Nintendo Manía con Gus Rodríguez dio a conocer los mejores trucos de videojuegos en la época de la revolución del Nintendo.
- Un juego español que influyó mucho en México y en Latinoamérica fue “El Juego de la Oca”, conducido por Emilio Aragón y que fue el programa de concursos más importante de 1993 a 1995.

La programación infantil de la televisión (Aspecto Teórico)

La programación, está articulada de formatos y contenidos de emisiones, Julio (Aguaded, 1999) expresa: “las cadenas de televisión tienen como arma principal a los programas concursos, el mismo que garantiza el nivel de audiencia y su impacto en la sociedad. Una de las responsabilidades de las cadenas de televisión es educar a la comunidad, especialmente en los contenidos infantiles y juveniles”.

En la actualidad el aumento de programas familiares han dejado a un lado los espacios para niños según sus edades, (Alonso & Martínez, 2003) manifiesta: “La pérdida de la franja exclusiva se ve compensada por un aumento en la recepción de los programas no específicos, de programas pensados para el público adulto o para el familiar, especialmente comedias de situación nacional o importadas”.

La audiencia infantil normalmente son entre los 8 y 11 años, en esta edad se identifica sus gustos y preferencias:

Es importante mencionar que los niños a los que nos vamos a referir como audiencia de nuestro programa, son niños de entre 8 y 11 años, en esta edad ya pueden identificar sus gustos y preferencias, Carolina (Duek, 2010) expresa: “Atraviesan un proceso de transición en el cual se va formando su carácter, y que, para ello, la interacción con su entorno se hace fundamental para la constitución subjetiva. Considera también que se desarrolla un proceso de “dramatización” en el cual aquello que cuesta incorporar o identificar por parte de los niños con personajes de la televisión, de libros y películas”.

La televisión se vuelve didáctica, e interactiva el momento que el espectador pasa a formar parte de ella, y los niños, son los primeros en querer formar parte de lo que les llama la atención en televisión, esto “nos permite sintetizar altos volúmenes de información en poco tiempo, facilita a todos los estudiantes un punto de vista privilegiado para la observación de los experimentos y fenómenos-cualidad que se ha denominado como efecto de primera fila trae al aula lo inaccesible, lo distante o lo lejano, ahorra horas de preparación de experimentos y

demostraciones científicas que deben repetirse una y otra vez en la clase, eleva el potencial emotivo del tema, el interés por aprender, y su uso". (Castro, 2006, p. 102).

Paralelamente al programa y su funcionamiento, es importante entender que la audiencia infantil no está ligada únicamente a lo comercial y al consumo televisivo infantil, sino que esto representa un compromiso mucho más amplio y serio.

Tomando en cuenta el medio en el que el niño se desarrolló y su trayectoria, las dietas audiovisuales, es decir, la oferta cultural que se ofrece en la Televisión, lo que hace e influencia en su desarrollo infantil.

Según Río y Román, podemos hablar de tres tipos de Dieta Audiovisual:

- La dieta Audiovisual potencialmente accesible a los niños (lo que podríamos traducir como Currículum Audiovisual Nacional), es decir, la programación u oferta acumulada general, temporada tras temporada, año, tras año, a lo largo del desarrollo de cada generación, está en el espacio audiovisual general.
- La dieta audiovisual oferta o parrilla televisiva, entendiéndola como el conjunto de iniciativas públicas y privadas de contenidos audiovisuales que son realmente programados. Una oferta ideal sería un conjunto de programas diseñados conscientemente (preferiblemente desde la investigación y controles de calidad) a corto, medio y largo plazo, desde la
- independencia y la responsabilidad.
- La dieta audiovisual específica recibida concretamente por un niño individual o por un determinado segmento de la población, grupo social o cultural: el programa o currículum cultural recibido por un sujeto individual o un colectivo concreto. A ella

se llega, partiendo de la dieta potencial, con el juego de factores eco-culturales y familiares. En esta dieta se centran actualmente gran parte de los estudios sobre las influencias potenciales para los niños o grupos concretos (Río & Román, 2005,p.19).

“Colores y Sabores” es un programa que pertenece a una dieta audiovisual específica, ya que su audiencia son los niños de entre 8 y 11 años.

Es un programa concurso donde su clasificación ingresa a un tipo de programa infantil TV 7 donde pueden identificar ya entre lo real y la ficción, entre sus preferencias y gustos, pero sobre todo se encuentran en una edad donde la creatividad es lo que guía sus impulsos y sus realidades.

Programas infantiles y sus costos

Cuando se habla de programas de televisión es importante hablar de presupuestos, es por eso que ya sea una inversión de empresa privada o pública, lo importante es tener un producto de calidad, aún más si tenemos una audiencia tan exigente como la infantil.

Para Río y Román “las administraciones públicas y las empresas privadas consideran que la programación infantil de calidad es relativamente cara y no tienen una rentabilidad inmediata. Esto no debe ser más que una cuestión a resolver y no un impedimento para trabajar en un futuro escenario de audiovisuales infantiles de calidad” (Río & Román, 2005, pág. 21)

Como aporte a la creación de programas infantiles de calidad, es importante investigar nuevos formatos, contenidos, proyectos que estén sustentados en objetivos del buen vivir, para niños, creando en el mundo audiovisual profesionales específicos en programación infantil.

La influencia extranjera en nuestra ciudad ha hecho que cada vez la audiencia infantil sea más exigente, la televisión pagada hoy por hoy la tienen en su gran mayoría la población. Y las regulaciones televisivas llegan primero por la televisión pública para que las privadas puedan seguir sus pasos.

“En Estados Unidos se ha venido produciendo este hecho en las últimas décadas, lo cual puede ayudarnos a entender el porque es importante la investigación en la creación y diseño de programas infantiles de calidad. “ (Río & Román, 2005, pág. 21)

Cadenas Privadas de los Estados Unidos como: Nickelodeon, Disney Channel, Discovery Kids Channels, Boys and Girls Family Channels, entre otros, han tenido crecimiento mediante compromisos de producción para transmitir programas guiados por la investigación, dejando en claro sus objetivos sociales y de audiencia (Río & Román, 2005).

En este sentido, como lo dicen Río y Román (2005) esa colaboración e investigación pueden ser útiles en tres campos fundamentales:

- 1.- La evaluación de la influencia de los medios en el desarrollo infantil.
- 2.- La metodología en producción infantil y juvenil.
- 3.- Orientaciones para impulsar la creación de programas de calidad.

Como influyen los medios en el desarrollo infantil

En el transcurso de vida de la Televisión, se ha cuestionado su rol dentro de las audiencias; es por eso que se han dado varios Proyectos de análisis con profesionales para poder identificar el nivel de influencia de la Televisión en los niños, entre estos el proyecto PIGMALIÓN (Proyecto de investigación de los Géneros y Medios Audiovisuales y Lectura para la Influencia Óptima en el Niño) donde la mayor conclusión y resultado es el que no existe la suficiente investigación empírica en España para saber cómo influye la TV en el desarrollo psicológico de los niños (Río et al., 2004).

Es por esta razón que en nuestra ciudad o país, en donde estamos cada día más informados, y con acceso a tanta cartelera televisiva extranjera, debemos proponer programas estudiados e investigados de calidad, donde el niño pueda participar y asimilar conceptos jugando y aprendiendo, en este caso concursando y dejando ver sus intereses y prioridades.

Dentro de los factores individuales y familiares que afectan la influencia de los medios de comunicación, esta “la magnitud del impacto en el desarrollo de cualquier niño, lo hace cambiar en dependencia de una variedad de factores. Estos factores son los rasgos del niño individual, como su temperamento, la resiliencia (resistencia a adversidades), la vulnerabilidad psicológica y el nivel de desarrollo global” (Castillo, 2006).

Antes, cuando existían un solo televisor en casa los padres podían controlar y limitar lo que ellos veían en televisión, ahora tenemos más de un televisor por

familia, en internet mucha información a partir de la cual podemos acceder a toda programación, ya sea de web o de pantalla chica. Hoy por hoy tienen los niños sus propios centros de entrenamiento en sus alcobas y no podemos dejar en manos de los padres o exclusivamente de la televisión lo que les pueda influenciar en ellos.

Otro ejemplo de la influencia de la televisión se hace palpable en los Estados Unidos, donde existe el peligro de una epidemia de obesidad en los niños con las consecuencias de diabetes de tipo II en población es cada vez más jóvenes, hipercolesterolemia en los jóvenes y una pobre salud física secundaria debido a la falta de ejercicio (Castillo, 2006).

Muchas críticas se han dado sobre la cantidad de horas que los menores pasan frente al televisor, el día a día nos demuestra más realidades de niños violentos, desnutridos, obesos, poco comunicativos o depresivos entre otras tantas características más, el compromiso de los medios depende ya de cada Nación y de cada empresa televisiva, dando paso a que las normas y políticas audiovisuales sean realizadas en un contexto cultural y racional a la Nación.

Basados en el Informe sobre el impacto de la TV en la infancia se logra obtener una interpretación global de los resultados de dichos estudios:

- La promoción y financiamiento conforman políticas para la creación audiovisual bajo normas de una cultura y un diseño activo y consciente de los modelos audiovisuales ya establecidos. Modelos que no pueden ser influenciados de producciones extranjeras o culturas e con referentes externos, ya que tendrían

poco interés por el desarrollo de nuestros intereses y realidades culturales. Nuestro país dispone de una riqueza cultural espléndida y como tal puede y debe ser aprovechada en la creación de programas infantiles propios.

- La diversidad de la riqueza cultural y lingüística de una Nación que posea autonomía, proporciona grandes posibilidades de expansión a la producción audiovisual, para reflejarla en lo nacional y a futuro en lo internacional, dando a conocer la responsabilidad de producir productos de calidad infantil.
- En el modelo empresarial de creación y producción audiovisual han de plantearse objetivos, tanto en impacto e influencia positiva o negativa para poder plantearse en el desarrollo de términos económicos, con el fin de mejorar el sector audiovisual y fijar una trayectoria como ejemplo a seguir o referencia para los demás sectores audiovisuales (Río et al., 2004).

Índices de impacto en el desarrollo infantil

La señalización objetiva y adecuada de los programas de desarrollo infantil están desarrollados según los niveles de edad de los niños que los consumen, y los acuerdos y reformas sobre adecuaciones de la TV para la infancia, deben estar establecidos y estandarizados para que los programadores, los padres y los propios niños escojan aquello que conviene más para su desarrollo.

La propuesta en España es un gran ejemplo a seguir, en donde los Índices de Impacto en el Desarrollo: criterios de calidad de programación televisiva objetivos viables y fiables, inmunes a la manipulación empresarial o política, es el enfoque para dar paso a la creación de un Consejo Superior del Audiovisual,

implementando la participación de equipos multidisciplinares de expertos en psicología del desarrollo, aprendizaje, educación y producción audiovisual. Esa es la mejor manera de garantizar la objetividad y el rigor científico necesarios para vencer la opiniones exceptivas sobre la fiabilidad de las recomendaciones que surjan de estas iniciativas (Río & Román, 2005).

Esta metodología permite establecer índices consensuados entre los más expertos profesionales de los campos mencionados, aportando a la sociedad y a la realización de programaciones en los medios de comunicación con resultados positivos y ampliando la parrilla televisiva de niños.

Para poder valorar estas reformas y propuestas, se toma en cuenta los criterios de influencia positiva y negativa para cada tipo de edad, apoyándose de la investigación empírica y los aspectos más influyentes en cualquiera de los dos casos, el análisis de contenido es la pauta para poder llegar a respuestas de resultados. Estas instauraciones van de la mano con una visión científica del desarrollo, donde con varios criterios objetivos se los puede clasificar y cuantificar dentro de la programación (Río & Román, 2005).

A continuación se expone una serie de ideas que pueden orientar a la creación de contenidos audiovisuales para los niños. Tomando en cuenta su entorno, su cultura, sus vivencias y sus preferencias como seres que caminan por la vida en desarrollo de su persona, su criterio y sus conocimientos.

Los contenidos de riesgo sin duda alguna existen contenidos televisivos que

representan un riesgo para los niños, estos son :

- a) Contenidos Sexista.- los que discriminan a la mujer o al hombre, degradan su imagen y crean desigualdades entre los sexos.
- b) Contenidos Violentos.- los que proponen actos de agresión verbal o física, directa o indirecta, dirigida a personas u otros seres vivos.
- c) Contenidos Racistas o Xenofóbicos.- los que demuestran actitudes denigrantes y despreciables hacia ciertos colectivos étnicos o extranjeros, originando situaciones de segregación.
- d) Contenidos Consumistas.- los que destacan el consumo compulsivo insaciable, derivado de adicción al consumo, falta de autocontrol e irresponsabilidad en el gasto, transforman el producto y su uso.
- e) Contenidos Pornográficos.- los que muestran actitudes personales íntimas, referidas a la prácticas sexuales, de forma obscena, sin decoro ante la sociedad.
- f) Contenidos que hacen apología de las drogas y de los juegos del azar: los que estimulan al consumo de ciertas sustancias psicotrópicas dañinas para la salud no aceptadas, legales e ilegales, que crean adicción. También a quienes elogian los juegos del azar como medios idóneos para obtener dinero de forma fácil y sencilla pudiendo crear adicción.
- g) Contenidos que degradan el lenguaje: los que utilizan el lenguaje corrompiendo, ya sea en el vocabulario, en la pragmática o en la sintaxis, infringiendo las reglas de la comunicación lingüística.
- h) Contenidos de culto excesivo al cuerpo: los que presentan una preocupación obsesiva por el cuerpo humano como si fuera un escaparate para el éxito personal. En algunos casos esto causaría imitación y desencadenaría enfermedades como: anorexia, bulimia, vigorexia, etc.
- i) Contenidos que violan el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar a la

propia imagen: aunque las leyes protegen este derecho, se han dado contenidos que suponen y engañan al espectador como en programas del corazón, que se ponen al filo de la ley de forma morbosa y confunden la vida privada con la pública (Río & Román, 2005, pág. 25).

VALORES URGENTES:

- Educar con respeto a la persona y los grupos sociales.
 - Fomentar y Facilitar la convivencia.
 - Estimular la tolerancia
 - Propugnar la igualdad acepciones (sexos, razas, creencias, oportunidades...)
 - Apoyar la integración.
 - Promover la no Violencia.
 - Potenciar la no discriminación.
 - Promover la Cultura a la mediación y el diálogo para la resolución de conflictos
- (Río & Román, 2005, pág. 26).

VALORES PREFERENTES:

- Educar en Libertad.
- Promover la participación.
- Formar una conciencia crítica y autocrítica.
- Impulsar hábitos saludables.
- Fomentar la solidaridad.
- Propugnar diálogo.
- Fomentar la cooperación.

- Defender la diversidad cultural.
- Facilitar la comunicación entre distintas culturas.
- Educar en el respeto a otras creencias.
- Estimular la generosidad.
- Fomentar la protección al medio ambiente (Río & Román, 2005, pág. 26).

Los valores de cada Nación o región son la base para poder dar ejemplo y transmitir a nuestros infantes, y los contenidos de forma explícita e implícita son generalizados, por lo tanto cada sociedad debe reescribir conscientemente su modelo humano; en donde la responsabilidad es de todos, involucrando a personajes públicos, agentes sociales, e instituciones culturales y educativas para fomentar valores que rijan nuestra cultura.

Por eso es importante que la programación infantil vaya de la misma línea que el trabajo que realizan los profesores, incluyendo sus contenidos preferentes, en sus materias, historias, personajes y situaciones apropiadas para esto se propone:

- Fomentar el desarrollo emocional, cognitivo y físico de los niños más pequeños.
- Desarrollar la creatividad.
- Estimular su imaginación con juegos, personajes y fantasías constructivas.
- Utilizar un lenguaje elaborado y correcto, cuidando el vocabulario y la sintaxis, y empleando menos jerga. Crear el hábito a la lectura.
- Ofrecer una imagen positiva de la vida.
- Fomentar la participación a través del juego y del respeto a las reglas.
- Ofrecer distintas opciones ante los estereotipos sociales y sexuales
(evitando la discriminación de género que adjudica determinado valores a las

niñas y otros muy distintos a los niños.

- Facilitar conocimientos, estimulando su interés intelectual y su curiosidad científica, para pensar desde la TV.
- Fomentar la expresión y comprensión del arte y la estética.
- Informar sobre la realidad del mundo que los rodea y la forma de vida de otros países.
- Educar en el respeto al otro y en la convivencia pacífica y democrática.
- Relacionar a niños de grupos étnicos diferentes y/o nacionalidades distintas.
- Mejorar el concepto que puedan tener respecto a los diversos grupos que configuran una sociedad plural y diversa.
- Fomentar el respeto hacia sí mismos en grupos o minorías oprimidas.
- Potenciar la conciencia crítica y autocrítica.
- Fomentar los hábitos en una vida saludable.
- Evitar el consumismo, analizando el significado de los anuncios.
- Cuestionar constantemente las actitudes y los actos violentos y su trivialización
- Rechazar el culto excesivo al cuerpo y la preocupación obsesiva por la figura (Río & Román, 2005, pág. 27).

El impacto televisivo ha hecho que los estímulos visuales y auditivos y la rapidez de imágenes logren atraer la atención de los niños, lo cual debemos ilustrar con historias, con estructura narrativa y con sentido de formación; para que estas respuestas no se queden solo en la recepción sino en la retroalimentación de su entendimiento consciente.

Otra consideración que cabría incluir es que contenido infantil no es sinónimo de dibujo animado (Río & Román, 2005), ya que mucho a dibujos animados no son para niños y demuestran violencia implícita y explícita. A los niños les llama la

atención por sus llamativos colores pero los contenidos muchas veces no los entienden y simplemente almacenan en su inconsciente lo que ven.

La mejor forma de entender los formatos existentes es con la investigación y la evaluación de los mismos, de manera formativa y tomando en cuenta los ya creados y los que están por crearse, en términos de capacidad de mantenimiento de la atención, de entendimiento, de estructuración del pensamiento y de la implicación de resultados logrados.

Las siguientes orientaciones sirven para establecer líneas de trabajo:

- Aprovechar la riqueza cultural del país para la creación de dibujos animados u otros formatos de calidad, con personajes históricos de nuestra cultura.
- Dentro del campo de la Investigación y el Desarrollo (I+D): analizar lo referentes en cuanto a formatos y fijar nuestra creación en las nuevas tecnologías y lenguajes, con una especial atención a la narrativa para poder implantar un mejor conocimiento.
- Cuidar la forma y la velocidad de los contenidos en todas las edades, ya que se advierte que la velocidad de transmisión de imágenes y la necesidad de encontrar el equilibrio entre intensidad y velocidad de las series y de los animés.
- Es posible hacer un mayor aprovechamiento social de la TV. En el caso de los niños, es necesario pedir la televisión lúdica, frente a la TV espectacular y esto se debe traducir en investigación de formatos de mayor capacidad didáctica y no tanto de poder de fascinación (hueca).
- Fomentar los programas informativos infantiles, que sean específicamente diseñados para estas edades, el educar desde tempranas edades a nuestros niños es indispensable para que sepan que es lo que les identifica con los programas según su lenguaje y contenidos, concientizando y aprendiendo en la información y el conocimiento. Los elementos gráficos juegan un papel muy

importante en la retención de conocimientos en los niños, es por eso que se lo ocupa mucho en noticieros, documentales, cortometrajes, programas infantiles de toda clase, entre otros; y en sus contextos es necesario utilizar mapas, música, y elementos de postproducción que realcen al mensaje.

- En cuanto al desarrollo técnico y artístico de la programación infantil, sus guiones con se dividen en series y bloques, y la interpretación de los mismos por parte de los presentadores, fomentando una mayor estructuración de los contenidos.
- El promover la participación de los niños en la producción de programas, ya sea dentro o fuera de los estudios de grabación o de las aulas con los profesores ya que esto creara en ellos una ampliación de su mente para crear, aprender, surgirán temas, escribiendo y leyendo guiones o interpretándolo, y así se sentirán más desenvueltos y representados.
- Considerar la Web y la TV como parte del servicio audiovisual ya sea en el ámbito público o privado.
- El desarrollar productos multi-soporte, multiplataforma (Río & Román, 2005, pág. 28).

Los medios de comunicación y la influencia en los jóvenes

Para nadie es un secreto que son los jóvenes los que pautan conductas y comportamientos que luego se reflejan en los medios. Razón por la cual los jóvenes como audiencia, constituyen un público heterogéneo que en los últimos tiempos ha cobrado especial relevancia debido a que este constituye un mercado muy lucrativo.

Es por esto que frecuentemente la relación juventud-medios de comunicación se ha visto permeada de contradicciones debido a que los medios en su función

socializadora tratan de convertir a la audiencia conformada por los jóvenes en una audiencia cautiva, inversamente esta audiencia se ha mostrado reacia a seguir los patrones establecidos y ha reaccionado críticamente ante tales imposiciones. Desde la perspectiva juvenil, raramente los medios constituyen algo novedoso ya que estos son asumidos como parte indisoluble de la cotidianidad, son imprescindibles para comprender su cultura y un elemento indiscutible de socialización.

Informes del Censo Poblacional de 2010 rectorado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), sostienen que el 21% de la población ecuatoriana corresponde a jóvenes, es decir, existían en esa fecha 3 043 513 personas con edades comprendidas entre 18 y 29 años de edad (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEC), 2014).

Lo jóvenes de hoy en día han nacido rodeados por las tecnologías de la comunicación y la información, por lo que les resulta natural el uso y el consumo que hacen de estos medios. Por ello, constituyen una generación que ha crecido en un universo mediático y por tal motivo constituyen un público potencial sobre todo del internet y la televisión. Por ello se les tiene en cuenta con gran frecuencia cuando se realizan estudios de recepción (Morduchowicz, 2008).

Los estudios de recepción incluyen en gran medida a los jóvenes, por constituir, en primer lugar, un grupo etario vulnerable ante los mensajes emitidos por los diferentes medios de comunicación, y además, porque muchos de ellos nacieron y crecieron en pleno auge de la era digital y condicionan sus gustos, elecciones y comportamientos a partir de su apego con la tecnología. De acuerdo con García Canclini la computadora, Internet, el celular, la agenda electrónica, el MP3 y los

videojuegos están incorporados a los hábitos del 50 a 80% de los jóvenes, (García Canclini, 2006, citado en (Marchán, 2013).

Además ha de tenerse en cuenta que los jóvenes son un grupo objetivo tan interesante para todos los sectores como el académico, empresarial, comunicacional; pero de manera especial como forjadores de la sociedad, es necesario obtener información sobre sus hábitos de consumo los cuales generan tendencias que afectarán a los sectores mencionados (Velazquez & Paladines, 2011).

Así, los jóvenes constituyen entes imprescindibles en el fenómeno de transformación del discurso de los medios. Ellos son figuras esenciales en las transformaciones de índole económicas, políticas y sociales y por ello influyen de manera más directa. Otra característica de este grupo etario es el consumo de varios medios a la misma vez

En este sentido, la confluencia de varios medios de comunicación y la incorporación de otros dispositivos en función de facilitar el acceso a la información y los contenidos, cambia el panorama de los procesos comunicativos, fundamentalmente en los jóvenes, quienes muestran mayor familiaridad con las nuevas tecnologías.

La convergencia entre diversas pantallas (televisión, computadoras, celulares, mp3, Ipod, videojuegos, etc.) impacta directamente los procesos comunicativos al abrir nuevos canales en donde no sólo es posible modificar los mensajes sino emitir los propios con amplitudes insospechadas. A la par, que propicia la adecuación de los viejos medios para entrar de lleno al mundo interactivo

marcado por las TIC's. (Orozco, 2010)

En el caso particular de Ecuador, el Grupo de Beneficios en Consultoría dedicó un estudio del consumo de los medios de comunicación en el país, cuya muestra esencial resultó el sector juvenil. Los principales resultados de ese estudio se relacionaron con la evolución de los medios a partir de nuevos dispositivos, así como los medios más utilizados y solicitados por los jóvenes.

El estudio arrojó que de 1990 a 2010, el consumo de medios sufrió una recategorización en el momento en que los medios masivos o selectivos se situaron como medios online, lo cual conllevó a la institución de Internet como el segundo medio de mayor aceptación en el Ecuador después de la televisión (Profits Consulting Group, 2015).

Relacionado con el consumo de los medios por parte de los jóvenes, la investigación determinó que la televisión perpetúa su condición de medio de comunicación masiva por excelencia. No obstante, el principal fenómeno de transformación consiste en que los cambios de ámbito en cuanto a las tecnologías de la comunicación, las cuales están muy relacionadas con los gustos de los jóvenes (Profits Consulting Group, 2015).

Las prácticas culturales en los jóvenes se transforman atemperándose al contexto actual. Para Rheingold (2004), los mensajes cortos mediante los celulares constituyen un factor de innovación en las dinámicas juveniles y establecen nuevos códigos semióticos, nuevas formas de escritura y un lenguaje, que en muchas oportunidades solo es decodificado por ellos mismos.

“Los medios de comunicación están entre los agentes de socialización más importantes, y al estudiar sus contenidos es fácil identificar la presencia de los más importantes patrones culturales, vigentes en una sociedad” (Chauvín, 2005, pág. 22) El sector juvenil se puede reflejar fácilmente en el planteamiento anterior, de esta forma el análisis y estudio de los medios de comunicación posibilitaría definir los patrones culturales vigentes en este apartado de la sociedad.

En ese sentido, de la relación entre los jóvenes y los medios de comunicación surgen entonces nuevos lenguajes, códigos que de alguna manera llaman a replantearse muchos postulados sobre la comunicación, sobre todo a tener en cuenta la incorporación de nuevas vías y canales en este sentido, fundamentalmente cuando se estudia el fenómeno comunicativo y, en esencia, la recepción en los jóvenes, quienes muestran hábitos de uso y consumo muy particulares.

Así como los medios de comunicación masiva inciden en los comportamientos, actitudes, ideología, creencias y percepciones de los jóvenes; estos también influyen sobre los medios marcando pautas, siendo protagonistas del cambio y liderando las transformaciones de su tiempo.

Pluriculturalidad

El autor Llasag (2007) manifiesta en una de sus publicaciones que el estado de derecho concebido por la República de Ecuador desde su nacimiento tiene un basamento en las concepciones napoleónicas del liberalismo de Estado Nacional e igualdad de todos sus habitantes, más allá de sus diferencias socio-culturales. Teniendo referente este principio es conformado las bases del Estado en el cual se mezclan diferentes culturas creando una nacional por medio de una forma de

autoridad. Esta posición incidió en la no concepción de los derechos de grupos sociales con similitudes y particularidades, desde una perspectiva de colectividad, sino que generalmente la defensa de los derechos estaba centrada en el ámbito individual (Llasag, 2007).

No obstante, tales posturas de derecho individual y uniforme no fueron aceptadas por muchas comunas sobre todo indígenas, mostrando negativas a renunciar de su identidad, principios, costumbres y tradiciones, apreciado por muchos, como una posición progresista por parte de estas congregaciones, lo cual se fortalece a partir de la concepción de estos pueblos de preservar su identidad cultural, social, política y económica.

Uno de los criterios más interesantes al respecto lo brinda (Bronstein, 2001):

Ello ha permitido que progresivamente se vaya abriendo paso a una concepción que reconozca la naturaleza pluricultural y multiétnica de los numerosos estados, que albergan simultáneamente pueblos de origen europeo o mestizo, junto con otros de raíces y culturas indígenas, cuya identidad hasta hace poco tiempo era desconocida por el orden político y jurídico dominante. (pág. 6)

Teóricamente la pluriculturalidad es considerada un concepto relativamente joven para el entorno de las ciencias sociales lo cual va más allá de la validación de los principios de esos pueblos indígenas. Por lo que la pluriculturalidad es considerada como la diversidad de culturas que coexisten en una misma región, las cuales interactúan manifestando sus costumbres y tradiciones independientemente de los grupos y etnias a los que pertenecen.

Específicamente la definición de pluriculturalidad es interpretada como la forma en que se interrelaciona conscientemente varias de culturas en una misma nación, grupo o comunidad. Siendo esta relación un componente sumamente importante en el desarrollo de la región (Qüees.la, 2010).

La relación consiente de las culturas que conviven en una misma región aporta riquezas socio-culturales. Pues esta encierra el intercambio de costumbres, tradiciones, historias, leyendas, culturas y dialectos, lo que en aras de mantener estas relaciones en sociedad se adoptan, aprendiendo de las diferencias y a la vez mezclando identidades, lo cual necesariamente no significa la pérdida de esta.

El Ecuador se caracteriza como un país donde se interrelacionan varias etnias, compartiendo un mismo territorio geográfico, resaltando la peculiaridad de sus rasgos culturales. Es relevante destacar como emergen a l vista los rasgos de pluriculturalidad en el país, pues se aprecia cómo se mantiene el dialecto, vestuario, actividades productivas, costumbres y tradiciones de todo tipo, enriqueciendo y diversificando la cultura de la nación.

Motivo de esto es de considerar el enfoque dado por Villavicencio (2009) en publicación de la Revista Jurídica de Ecuador:

En los últimos veinte años se han suscitado en el Ecuador, en un escenario de crisis económica prolongada y de aplicación de ajustes estructurales, un conjunto de acontecimientos sociales y políticos que han marcado crucialmente el país profundo, especialmente, el relacionado con los grupos sociales subalternos, gracias al protagonismo asumido y desarrollado por los indígenas, lo que les ha permitido convertirse en sujetos sociales y construir un sólido movimiento social.

Y, por ende, alcanzar una serie de reivindicaciones, entre las cuales se destacan el reconocimiento constitucional de la pluriculturalidad, multiétnica y multinacionalidad. (pág. 19)

De relevante importancia es el criterio abordado por Etermann (1999) en su definición de pluriculturalidad:

Es la existencia de varias culturas en un espacio determinado, debido a las distintas formas de percibir e interpretar el mundo y a la codificación cultural colectiva que cada pueblo hace de su entorno, según las necesidades físicas y sociales; debido a la reflexión y conceptualización colectivas de lo vivido. (pág. 67)

Particularmente el Ecuador, muestra la presencia de pluriculturalidad desde tiempos ancestrales pues las distintas etnias que presenta se mantienen bajo una misma idiosincrasia, mostrándose a lo largo y ancho del país la variedad de culturas, con sus rasgos característicos, lo cual les diferencia, pero a la vez se muestran como únicas y maravillosas (Almeida, 2007).

Relacionada a las posturas que se sostienen sobre la cultura desde su propia diversidad, es de mencionar el criterio de Villavicencio (2009), al definir que la cultura debe sentirse, vivirse, apreciarse en colectivo, indicando la relación que se establece entre varias culturas, pero que revelan las características distintivas de cada una en relación con las otras.

Pluriculturalidad en los medios de comunicación

La forma más acertada para identificar la pluriculturalidad en una región resaltando sus peculiaridades en la práctica se logra por medio de los medios de comunicación, a la vez que permite su conceptualización. Esta

conceptualización no es meramente teórica, sino práctica, pues conlleva la inclusión en los programas que divulgan los medios de comunicación de los distintos grupos sociales. Los medios de comunicación deben hacer valer su función educativa mediante la inclusión de las distintas etnias en su cartelera de programas, relacionando elementos de estas culturas, en sus emisiones.

Según La Superintendencia de la Información y la Comunicación (SUPERCOM) (2015), la misión de los todos los medios de comunicación en Ecuador es la de contribuir al desarrollo de una sociedad. Siendo sumamente importante que el contenido de sus agendas de programas dé el merecido espacio al contenido intercultural de la nación.

Se puede generar todo tipo de estrategias, una de ellas podría ser articular alianzas entre los medios de comunicación, que permitan nutrirse de las fortalezas y manejo de experiencias de trabajo con contenido intercultural que algunos medios de comunicación ya han venido desarrollando en cada una de sus programaciones. (SUPERCOM, 2015, pág. 12)

En aras de alcanzar esta orientación, es necesario incentivar a los medios de comunicación masiva, sin dejar de ofrecer el nivel adecuado de creatividad e iniciativa en sus programas. Dado el caso que cierto medio de comunicación pretenda difundir un producto de carácter pluricultural, este debe ser estructurado con talento y voluntad del grupo encargado de su producción y difusión.

Entre los argumentos que sostienen los medios de difusión sobre la emisión de programas de esta índole se encuentra si estos productos son o no demandados por la población. Esto entra en contradicción con lo establecido en la Ley Orgánica

de Comunicación, ya que, no solo estos medios deben de entregar al público en general contenido de entretenimiento, sino que deben aportar con la educación mediante temas que muestren aspectos relevantes de las culturas presentes en el país.

Sobre los derechos de la información y comunicación que todo ciudadano tiene, se encuentra el derecho a la comunicación intercultural y plurinacional, de los pueblos indígenas y afroecuatorianos, siendo estos pueblos por mucho tiempo excluidos de movimientos sociales, políticos, económicos y culturales.

Existen formatos establecidos por los medios de comunicación los que presentan regulaciones para el empleo de imágenes que aludan al contenido intercultural. Algo de suma importancia cuando se abordan temas de interculturalidad, pues las imágenes ofrecen de manera más detallada la diversidad cultural existente que resalta la hermosura de la nación.

En aras de alcanzar la inclusión de temas pluriculturales en programas televisivos es necesario tener presente lo abordado por Cerbino (2009), pues llama la reflexión de abordar la comunicación, no solo como forma de intercambio, sino como elemento que propicia el debate e interacción ante conflictos de manera enriquecedora, permitiendo la manifestación de la interculturalidad y los factores que se entrelazan, identidad-alteridad.

En Ecuavisa, la información lleva en sí forma, relatada adecuadamente, otorgándole el sentido correcto, para trasladar la noticia sin modificar la verdad. Está claro que los problemas que presenta Ecuador en la actualidad están muy ligados a la comunicación. No solo es pensar como un solo país, algo que se

trata de llevar a todo el pueblo, intentando alcanzar la unidad, mediante la superación de las diferencias. “El problema mayor, me parece, reside en una especie de mutuo bloqueo entre todas las posiciones de los distintos actores sociales” (Cerbino, 2009, pág. 11).

Alcanzar la perspectiva de manera homogénea ante un fenómeno de magnitud heterogéneo, resulta muy difícil, aun así, son los medios de difusión masiva los que pueden eliminar la brecha existente, arraigada en la idiosincrasia nacional. Lograr la visión homogénea sobre un fenómeno con dimensiones tan heterogéneas, siempre es complicado, no obstante, tratándose de una cuestión nacional de arraigo de idiosincrasia, puede ser logrado utilizando adecuadamente los medios de comunicación, particularmente la televisión por su poder visual que posee. Pues sin la ayuda de estos medios de comunicación la eliminación de estas posturas discriminatorias y excluyentes sería de manera muy lenta.

Definición de un programa educativo

Haciendo referencia al segundo objetivo de la investigación, se puede determinar que el programa educativo brinda a la ciudadanía general una orientación con respecto a los contenidos que se transmiten, logrando llegar a concientizar y desarrollando el sentido común en todos los televidentes, sobre la realidad que el mundo vive día a día.

Todos estos programas son prioridad del estado ecuatoriano, ya que brindan una cantidad de series y actividades dinámicas que ayudan a educar al televidente, logrando una amplia acogida a nivel nacional y mundial. La mayoría de presentadores que están atrás de la pantalla son personas muy preparadas

académicamente, que transmiten todo su conocimiento así logrando autoeducar a estudiantes, niños y pueblo en general.

Los programas educativos han logrado que el Estado invierta sus recursos para así llegar a la ciudadanía, principalmente en los jóvenes para que no caigan en el mundo de las drogas o pandillas juveniles por la falta de educación.

En conclusión, los programas educativos en el país son muy importantes para el desarrollo mental de los alumnos, ya que con esta ayuda, a parte de los conocimientos que adquieren en las instituciones educativas podrán educarse, formarse y ser mejores ciudadanos.

Pluri TV un programa educativo

Pluri TV es un programa de televisión educativo creado por el ejecutivo Luis Cucalón que logro promover en diversos canales, y así llevar pluriculturalidad a todo el público, el mismo que ha logrado tener un gran impacto y acogida en todo el territorio nacional. El programa está estructurado en preguntas y acertijos basados en nuestra historia, acompañado de reportajes del país.

Se entrevistó a un morador del sector de Mapasingue Este, Ciudadela. Quisquis manzana H, el Sr. Juan Antonio Jácome Cruz de 26 años, entre un cuestionario de preguntas que se le realizó, manifestó que le parece que Pluri TV es un programa interesante, y que la información que proporciona el programa le es de mucha ayuda porque así logra recordar sus indicios como ecuatoriano.

Pluri TV ha pasado por cambios empezando por la conductora que era Ma. Mercedes Cuesta, que condujo el programa durante la primera temporada, ya para

la segunda etapa de Pluri TV, fue remplazada por Denisse Angulo. Respecto a este tema de cambio de presentadora fue muy cuestionado ya que el público estaba acostumbrado a la imagen de Cuesta y además por su destacada trayectoria, sin embargo actualmente Angulo sin miedos se desempeña muy bien en el puesto.

Para poder participar en el programa PluriTV, se deberá enviar un correo electrónico a info@pluri.tv con el nombre completo, número de cédula, números telefónicos y fecha de nacimiento. Con estos datos ingresados, la producción se contactará a los participantes seleccionados.

Mapa del Territorio de Nacionalidades y Pueblos del Ecuador

En Pluri TV para poder desarrollar los contenidos utilizan el mapa del Ecuador, en el mismo que se encuentran señalado las diversas culturas y lenguas que existe en el País. De esta manera realizan las preguntas y acertijos.

Parámetros para la Difusión de Contenidos Interculturales

CONSEJO DE REGULACIÓN Y DESARROLLO DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

1. Resaltar los valores y la cultura.
2. Fomentar los derechos de la Naturaleza, la Pachamama.
3. Promover el derecho a la difusión y a la reserva cultural de saberes ancestrales y ciencias milenarias.
4. Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y

contextualización de las mismas.

5. Promover el reconocimiento de las identidades diversas del estado plurinacional y la sociedad intercultural.
6. Fomentar la interrelación y convivencia entre los pueblos, colectivos y nacionalidades a partir de sus propios espacios de dialogo cultural, con sus propias voces y en su propio territorio.
7. Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones producidas en el territorio de los pueblos y nacionalidades.
8. Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas.
9. Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios.
10. Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades.
11. Difundir conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
12. Difundir técnicas artesanales tradicionales.
13. Producir contenidos de la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades. Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario.
14. Difundir las tradiciones y expresiones orales incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social.

Con los 15 puntos mencionados son los que trabaja la producción de Pluri TV para desarrollar los contenidos del programa.

Se han hecho estudios referente al programa concurso que estamos investigando y encontramos un tema relacionado “Estudio de la audiencia de adolescentes en el programa concurso educativo Pluri TV” lo direccionó el autor Maurad Hidalgo Gabriel Antonio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Maurad, G. (2016). El señala en su investigación a diversos expertos en el tema educativo, entre ellos al Abogado Alberto Franco, catedrático de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y director del canal de la misma institución académica, menciona que.

PluriTV no se lo puede considerar televisión educativa, es más bien televisión cultural. El problema con los programas tipo PluriTV, que han existido algunos, es que no tienen un esquema planificado, sino que se le ocurre al productor hacer tal cosa y lo hace, pueden tener un tema general como la diversidad del Ecuador y sus partes, pero no hay sistematización, ni un por qué o para qué, lamentablemente en el Ecuador no estudiamos la sociología de las cosas, lo hacemos todo de buena voluntad pero no a partir de una investigación con resultados que guíen el camino. Maurad, G. (2016), p.66

De esta manera manifiesta el Abogado y Catedrático Franco que el Pluri TV no es un programa educativo sino cultural, por otro lado el Magíster Guillermo del Campo señala:

“Es posible crear programación educativa en el país, el tema es que hay que formar cultura, cambiar la perspectiva de ver televisión solo como entretenimiento, aparte que en nuestro país no tenemos referentes a

diferencia de otros países de Latinoamérica.” Maurad, G. (2016), p.66

Lo que menciona Campo es que hay que tratar de no tomar como entretenimiento la televisión ya que es un medio en el cual nos instruimos educativamente y hay que tomarlo como algo serio.

Fundamentación Legal

Para la aplicación del Trabajo de Titulación se aplicará los siguientes artículos de la (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

Esta razón primordial la brinda la Ley Orgánica de Comunicación que en sus artículos 14 y 36 expresa claramente:

TÍTULO II

Principios y derechos

CAPÍTULO I

Principios

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.-El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer

y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

SECCIÓN II

Derechos de igualdad interculturalidad

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.-Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación.

La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y la Comunicación con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos.

Por el NO cumplimiento del Reglamento. - El Pleno del Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, (Cordicom), aprobó en Ibarra el Reglamento de Comunicación Intercultural que da parámetros a los medios de comunicación sobre cómo elaborar este tipo de contenidos.

El propósito de esta nueva normativa es fijar los mecanismos para cumplir con la obligatoriedad que tienen todos los medios de comunicación social (públicos, privados y comunitarios) de difundir contenidos interculturales, según lo dispuesto en el artículo 36 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC).

El reglamento aprobado por el Pleno del Consejo define como contenidos interculturales a todo tipo de mensajes, información, opinión y publicidad que se produzca, reciba, difunda o intercambie a través de los medios de comunicación social, siempre que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, conocimientos, saberes y ciencias milenarias de diversas culturas, en su propia lengua y sus propios símbolos, así como aquellos que promuevan el respeto, integración y relación intercultural. La definición fue construida conjuntamente con varios colectivos sociales.

Entre los puntos más destacados, está que el reglamento garantiza el desarrollo de la memoria social como una dimensión del derecho a la comunicación. En este sentido, los contenidos interculturales harán referencia a la historia de las culturas contadas desde distintas voces, su

experiencia colectiva y su patrimonio cultural. El reglamento privilegia la creatividad, las prácticas artísticas y las expresiones culturales, los saberes ancestrales y, en general, todas las formas de ser, estar, saber y hacer de las diversas comunidades en el contexto actual y en el marco de su pasado y futuro.

El articulado también define parámetros para la difusión de contenidos interculturales educativos, formativos, culturales, informativos, de entretenimiento, deportivos, de opinión o de publicidad. Entre ellos:

1. Resaltar valores de las culturas.
2. Fomentar los derechos de la naturaleza, la Pacha Mama.
3. Promover el derecho a la difusión y a la reserva cultural de saberes ancestrales y ciencias milenarias.
4. Difundir expresiones culturales, a partir de la investigación y contextualización de las mismas.
5. Promover el reconocimiento de las identidades diversas del Estado Plurinacional y la sociedad intercultural.
6. Fomentar la interrelación y convivencia entre los pueblos, colectivos y nacionalidades, a partir de sus propios espacios de diálogo cultural, con sus propias voces y en su propio territorio.
7. Difundir la producción simbólica de pueblos y nacionalidades a través de representaciones y auto representaciones reproducidas desde el territorio de los pueblos y nacionalidades.

8. Recrear la memoria social de pueblos y nacionalidades a través de representaciones artísticas y otras expresiones estéticas.
9. Promover usos diversos de los saberes, conocimientos y ciencias milenarias, prácticas festivas y expresiones orales en sus idiomas originarios.
10. Difundir el patrimonio cultural de los pueblos y nacionalidades.
11. Difundir conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
12. Difundir técnicas artesanales tradicionales.
13. Producir contenidos desde la propia cosmovisión de los pueblos y nacionalidades.
14. Coadyuvar al fortalecimiento del patrimonio alimentario.
15. Difundir las tradiciones y expresiones orales incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural y de su memoria social.

El reglamento también estableció el mecanismo con el cuál los medios deberán aplicar el artículo 36 de la LOC:

- Medios Audiovisuales: se destinará al menos 5% de la programación en el horario comprendido entre las 06h00 y las 24h00 horas-. La cuota del 5% de difusión de contenidos interculturales en la programación se computará de forma diaria y los medios de comunicación social podrán distribuir dicho porcentaje a lo largo de la programación desde las 06:00 hasta las 24:00 horas.
- Medios Impresos: el 5% de contenido intercultural será calculado del total de páginas de cada publicación diaria. La misma regla se aplica para la publicidad, excepto los anuncios clasificados. En el caso de los medios impresos que no tengan circulación diaria, el 5% se contabilizará del total de páginas de la edición publicada en el período correspondiente.

Para la promoción de los contenidos interculturales las instituciones del Estado, sus autoridades, servidoras y servidores públicos, medios de comunicación social y demás actores del sistema de comunicación social, promoverán acciones individuales o conjuntas, para hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos a la comunicación e información intercultural. Así mismo, los medios deberán incluir en sus rendiciones de cuentas el cumplimiento de la normativa y la aplicación del artículo 36 de la LOC.

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

8. Garantizar a sus habitantes el derecho a una cultura de paz, a la seguridad integral y a vivir en una sociedad democrática y libre de corrupción.

Sección tercera Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con

responsabilidad ulterior.

Art. 19.- 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 toda aquella que atente contra los derechos.

También se acogerá a los artículos de la (Ley Orgánica de Comunicación , 2013)

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

TÍTULO IV

Regulación de contenidos

Art. 60.-Identificación y clasificación de los tipos de contenidos.- Para efectos

de esta Ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos -I;
2. De opinión -O;
3. Formativos/educativos/culturales -F;
4. Entretenimiento -E;
5. Deportivos -D; y,
6. Publicitarios -P.

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

Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.

Quedan exentos de la obligación de identificar los contenidos publicitarios, los medios radiales que inserten publicidad en las narraciones de espectáculos deportivos o similares que se realicen en transmisiones en vivo o diferidas.

El incumplimiento de la obligación de clasificar los contenidos, será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con ésta.

Buen Vivir

Plan Nacional para el Buen Vivir son:

- ✓ Objetivo 1. Auspiciar la igualdad, cohesión e integración social y territorial en la diversidad.
- ✓ Objetivo 2. Mejorar las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.
- ✓ Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.
- ✓ Objetivo 4. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.
- ✓ Objetivo 5. Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración Latinoamericana.
- ✓ Objetivo 6. Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.
- ✓ Objetivo 7. Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común.
- ✓ Objetivo 8. Afirmar y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.
- ✓ Objetivo 9. Garantizar la vigencia de los derechos y la justicia.

- ✓ Objetivo 10. Garantizar el acceso a la participación pública y política.
- ✓ Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible.
- ✓ Objetivo 12. Construir un Estado democrático para el Buen Vivir

Es complicado encontrar literatura de análisis sobre los programas PluriTV 1 y 2 puesto que al ser relativamente nuevo existen pocos estudios relacionados, sin embargo, se logró localizar varios de los que se pudo extraer ciertos puntos a favor de esta investigación:

En la tesis titulada **“Influencia educativa del programa televisivo PluriTV en los jóvenes de 25 a 30 años de la Isla Trinitaria, en Guayaquil”**, los tesisistas (Pachar Cando Johan y Vera Suárez Jimmy 2016) se realiza justamente un análisis sobre el impacto positivo dentro del desarrollo educacional y cultural en un grupo poblacional determinado ubicado al sur de Guayaquil.

En la tesis titulada **“La influencia de los jóvenes en los programas televisivos en desarrollo cultural de los jóvenes de 18 a 25 años en el cantón la libertad”** por (Demera Gomez Saida AnnabelL 2011) trata sobre los inconvenientes que surge en los jóvenes por involucrarse en el mal uso programas de televisión con contenidos fuertes de violencia, discriminación

En la tesis de maestría **“La construcción mediática de representaciones sobre cultura, sobre el periodismo cultural y su producción noticiosa”**

por (Rosero Contreras, Pedro Santiago 2012) de la Universidad Flacso Sede Ecuador trata sobre la construcción mediática de representaciones sobre cultura. Sobre el periodismo cultural y su producción noticiosa apunta a comprender la forma en que las representaciones culturales son construidas en la sala de redacción del periódico El Comercio los medios impresos cotidianos; la de mayor circulación en la región Sierra y la de mayor referencia respecto de la cobertura de temas y acontecimientos culturales en Quito y la plataforma web elcomercio.com.

En la monografía **“Medios de Comunicación e Interculturalidad”** por (Cerbino Mauro 2012) de la Universidad Flacso de los Andes Ecuador, trata de los medios siempre parten de un axioma: el derecho-deber a informar. En el déficit de la interacción cara a cara y de la interlocución con un otro presente, los medios representan, por un lado, nuevas formas de socialización simuladas (caso ejemplar el Internet) y, por el otro, están omnipresentes en las mediaciones culturales. Pero, entonces, los medios deben asumir una responsabilidad cultural que consiste en hacerse cargo, dar cuenta, mostrar y hacer visible a los distintos actores que viven en un país, proyectándose, dadas las condiciones actuales del hacer público, como un escenario privilegiado para la creación de espacios de palabra. Los medios deben asumirla tarea de desarrollar una información

En la tesis **“Análisis de la pluriculturalidad e interculturalidad en los medios de comunicación televisivos, con la propuesta de un seriado de reportajes con la finalidad de mostrar responsabilidad social, cultural y**

educacional en la ciudad de Guayaquil” por (Espinoza Ortíz Alicia Ivanova en el 2015) constituye una necesidad en aras de que los medios, fundamentalmente la televisión, constituyan un reflejo lo más fiel posible de la realidad cultural del país.

La tesis **“Estudio de la audiencia de adolescentes del programa concurso educativo”** PluriTv (Maurad Hidalgo Gabriel Antonio, 2016) habla sobre la medición de la audiencia de los programas concursos educativos entre jóvenes.

Y en **“Efectos comunicativos del programa Plurivtv y su incidencia en el sector de Los Vergeles, Cooperativa El Trébol #1, norte de Guayaquil entre los jóvenes de 20 y 25 años de edad”**, tesis realizada para esta universidad por (Véliz Stefanie y Zambrano Diana, 2016) también se analizan estos efectos positivos generados por la emisión al aire de este programa que estaba ganando adeptos entre este grupo poblacional de estrato medio – bajo, ambos lugares donde normalmente triunfa la televisión ligera.

Y en **“Proyecto de grado que se presenta como requisito para optar por el título de Licenciada en Comunicación Social.”**, tesis realizada para la Universidad de Guayaquil por (Jenniffer Solange Intriago Juanazo, 2015) también se analizan estos efectos generados por la emisión al aire de programas con este tipo de formatos y el impacto positivo que ejerce en la sociedad ecuatoriana.

MARCO CONCEPTUAL

Contenidos interculturales.- Se entenderá por contenidos interculturales todo tipo de mensajes, información, opinión y publicidad que se produzca, reciba, difunda o intercambie a través de los medios de comunicación social, incluidos los impresos y los sistemas de audio y video por suscripción que operen un canal propio, siempre que expresen y reflejen cosmovisión, cultura, conocimiento, saberes, y ciencias milenarias de diversas culturas, en su propia lengua y sus propios símbolos, así como aquellos que promuevan el respeto, integración y relación intercultural... los contenidos interculturales harán referencia a la historia de las culturas contadas desde distintas voces, su memoria colectiva y su patrimonio cultural, su creatividad, sus prácticas artísticas y expresiones culturales, saberes ancestrales, y en general, sus formas de ser, estar, saber y hacer, en el contexto actual, en el marco de su pasado, presente y futuro.

Interculturalidad. - “Se puede definir a la interculturalidad, como un proceso de comunicación e interacción entre personas y grupos con identidades culturales específicas

Plurinacionalidad.- “Plurinacionalismo o plurinacional, hace referencia a la coexistencia de dos o más grupos nacionales dentro de un mismo gobierno, estado o constitución lo que significa que hay varias naciones que forman un cuerpo dentro de una comunidad organizada.

Pueblos. - Según la CODENPE, Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, se llama pueblo a los grandes grupos humanos, comunidades, asociaciones y espacios comunitarios que viven diseminados en el territorio nacional y que tienen su origen en el mestizaje y en la mezcla con nacionalidades o con otros pueblos.

Nacionalidad. - Según la CODENPE, Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador, se reconoce como Nacionalidad a los grupos humanos ancestrales, con un pasado histórico, que ha permanecido durante miles de años en un mismo lugar geográfico y que han sabido conservar ancestralmente su cultura, cosmovisión, idioma, identidad, costumbres y tradiciones.

Patrimonio Cultural. - La interculturalidad está en íntima relación con el patrimonio cultural que se refiere al conjunto de bienes intangibles como usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas; y bienes tangibles como monumentos, objetos, instrumentos, artefactos, edificaciones y espacios culturales que le son inherentes a las comunidades, los grupos y los individuos, los cuales se reconocen como relevantes para su identidad, memoria histórica y continuidad.

Saberes Ancestrales. - Es todo el conocimiento dado por sus ancestros a los pueblos y nacionalidades y que ha sido transmitido de generación en generación.

Tiene que ver con: Prácticas ancestrales cotidianas, leyendas, tradiciones, caza, gastronomía, medicina, fiestas y religiosidad.

Ciencias Milenarias. - Se encuentran incluidos temas como: La cosmovisión del Pueblo o Nacionalidad, Astronomía, el clima, el estudio de las ciencias que aplicaban a cosechas y siembras y el Chamanismo.

Costumbres. - Hábitos adquiridos por la práctica frecuente de un acto. Conjunto de inclinaciones y de usos que forman el carácter distintivo de una nación o de una persona. Ejemplo: Llamar a su casa todas las noches se ha convertido en una costumbre. Las costumbres de su casa son muy extrañas.

Tradición. - Comunicación de hechos históricos y elementos socioculturales de generación en generación: Ejemplo: Se casaron según la tradición judía. Conjunto de lo que se transmite de este modo.

Cosmovisión. - “Visión del mundo”, Una cosmovisión es el conjunto de opiniones y creencias que conforman la imagen o concepto general del mundo que tiene una persona, época o cultura, a partir de la cual la interpreta su propia naturaleza y la de todo lo existente. Una cosmovisión define nociones comunes, que se aplican a todos los campos de la vida, desde la política, la economía o la ciencia hasta la religión, la moral o la filosofía.

Lenguas ancestrales. - Los idiomas ancestrales son la vía de transmisión de la expresión cultural, de los saberes y conocimientos; además, son un medio de integración social, de educación y de progreso. En Ecuador se hablan 14 lenguas ancestrales de las cuales una de ellas, el Zápara es ya Patrimonio inmaterial de la humanidad.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de la investigación

2.11 Analítica.

El análisis de la información proporcionada por Ibope Media, empresa con más de 70 años al servicio de medir el rating, es decir, la audiencia de ciertos programas en los televidentes se realiza por medio de los informes consolidados en donde se observa que cantidad de hombres, mujeres e incluso niños observaron el programa en determinado canal, fecha y hora.

Para el presente proyecto, se ha seleccionado un tipo de investigación no experimental, abordando las técnicas de análisis y síntesis, lo que permite describir los hechos estudiados, para de esta forma conocer cómo se presenta el objeto de estudio; este método permite evaluar como es la recepción de este programa en los habitantes de Mapasingue Este Ciudadela Quisquis Manzana G y H a encuestar.

2.12 Población y muestra

Datos suministrados por el Inec (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo) a los habitantes de Mapasingue este , Ciudadela Quisquis , manzanas G y H, se tomará como muestra total, por lo que no será necesario la utilización de fórmulas para estudiar y determinar una muestra representativa.

Población: Audiencia de PluriTv 1 y 2: Hombres, mujeres y niños.

Muestra

La población sobre la que se hará la investigación está compuesta por 820 moradores de Mapasingue Este, Ciudadela. Quisquis manzanas G y H, a partir de esta población se define la muestra que será de tipo aleatorio simple, para ello se determinó aplicar la siguiente fórmula:

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

Donde;

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible al cuadrado Aplicación de fórmula;

$$n = \frac{820}{(820-1)(0,0091) + 1}$$

$$n = \frac{820}{(819)(0,0091) + 1}$$

$$n = \frac{820}{7,4529 + 1}$$

$$n = \frac{820}{8,4529}$$

n = 98

Registro temporal de la muestra: Tomada durante un mes en la transmisión del programa PluriTV2, primer trimestre del 2017.

2.13 Enfoque de la investigación. -

Las técnicas a utilizarse en la presente investigación, surgen a partir del paradigma cualicuantitativo o método mixto, en donde se llevan a cabo encuestas y entrevistas.

Cuantitativa. - Cantidad de hombres, mujeres y niños que observaron PluriTV entre el 20 de enero y el 20 de febrero de 2017 versus cuántos, este dato servirá para comprobar la tesis de que el programa definitivamente bajó de rating en el presente periodo.

Cualitativo. - Análisis del contenido de PluriTV y la entrevistas proporcionada por los expertos, en referencia a la supuesta caída del rating.

2.14 Técnicas de investigación

Entrevistas, análisis, encuestas y observación directa e indirecta.

2.15 La Encuesta

“Una encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos”. Bautista, L. (2009)

Para determinar resultados se eligió la técnica de la encuesta, dentro de este instrumento de recolección de información los habitantes de Mapasingue Este, Ciudadela Quisquis , Manzana G y H. mediante un cuestionario de 8 preguntas basadas en la escala de Likert, podrán escoger las opciones según su opinión y estos revelarán la acogida que tiene el programa Pluri TV

2.16 La Entrevista

Para determinar resultados se utilizará la técnica de la entrevista, de esta manera se conocerán las ideas y opiniones de diferentes criterios para descubrir ideas o concepciones que tienen sobre el programa Pluri TV.

Para darle fuerza al proyecto se entrevistó a la Lcda. Mónica Carriel Directora de Contenido en la primera temporada del programa de Pluri TV, la cual supo manifestar que uno de los fines de la creación del programa fue que las personas conozcan un poco más de la cultura del país, así mismo aportar con la pluriculturalidad en los diferentes medios que se transmite.

2.17 Observación directa e indirecta

De los guiones de los programas para establecer un comparativo entre una y otra información.

Amplitud geográfica: Tomando en cuenta solo a los habitantes de Mapasingue Este la Ciudadela Quisquis, entre las Manzanas, H y G al norte de Guayaquil.

Cabe resaltar que las cuadras en este sector son mucho más grandes que las normales por lo que la muestra resultará mayor a la que normalmente se reconoce como una cuadra urbana.

La aplicación de la encuesta se la realizó a los habitantes de Mapasingue Este Ciudadela Quisquis Manzana G y H Sintoniza programas de televisión local.

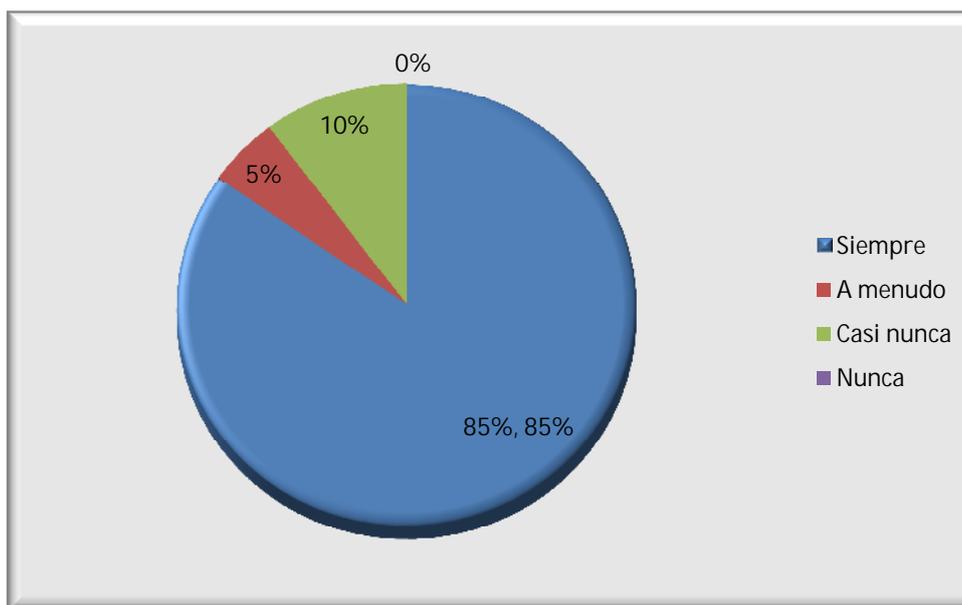
Gráficos y resultados de las encuestas realizadas.

Cuadro No. 1 : 1.- ¿Sintoniza el programa PuriTV?

Número	Pregunta	Total	Porcentaje
1	Siempre	83	85%
	A menudo	5	5%
	Casi nunca	10	10%
	Nunca	0	0%
	Total	98	100%

Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 1



Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Comentario:

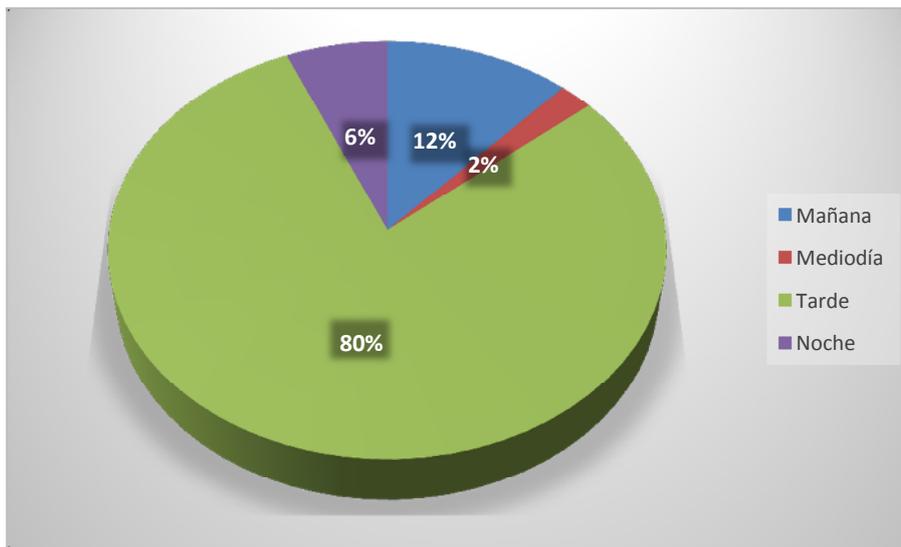
En esta pregunta que es la número 1 se visualiza que la mayoría de la muestra que es el 85% ven PluriTV. Como programa educativo y de mayor entendimiento social, lo que indica que a pesar de ser un programa educativo, los cuales no gozan de mucho rating, es bastante sintonizado.

Cuadro No. 2 : 2.- ¿Qué horario prefiere para ver televisión en casa?

Número	Pregunta	Total	Porcentaje
2	Mañana	11	12%
	Mediodía	5	2%
	Tarde	73	80%
	Noche	9	6%
	Total	98	100%

Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 2 : Pregunta 2



Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Comentario:

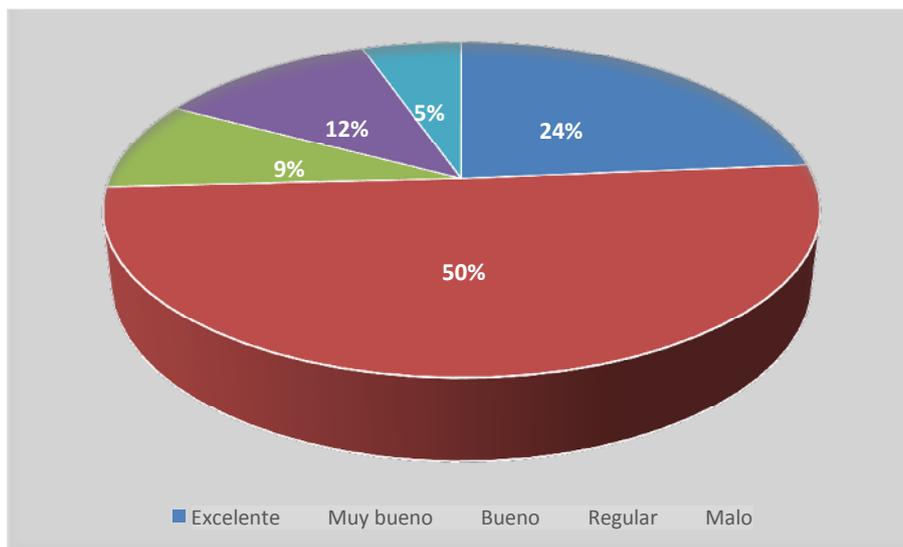
Los niños prefieren ver televisión en el horario vespertino por ser de más acorde, por motivo que la mayoría estudia en la mañana y llegan a casa pasado el mediodía.

Cuadro No. 3: 3.- ¿Cómo calificaría los programas concursos - educativos?

Número	Pregunta	Total	Porcentaje
3	Excelente	23	24%
	Muy bueno	47	50%
	Bueno	9	9%
	Regular	12	12%
	Malo	7	5%
	Total	98	100%

Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 3: Pregunta 3



Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Comentario:

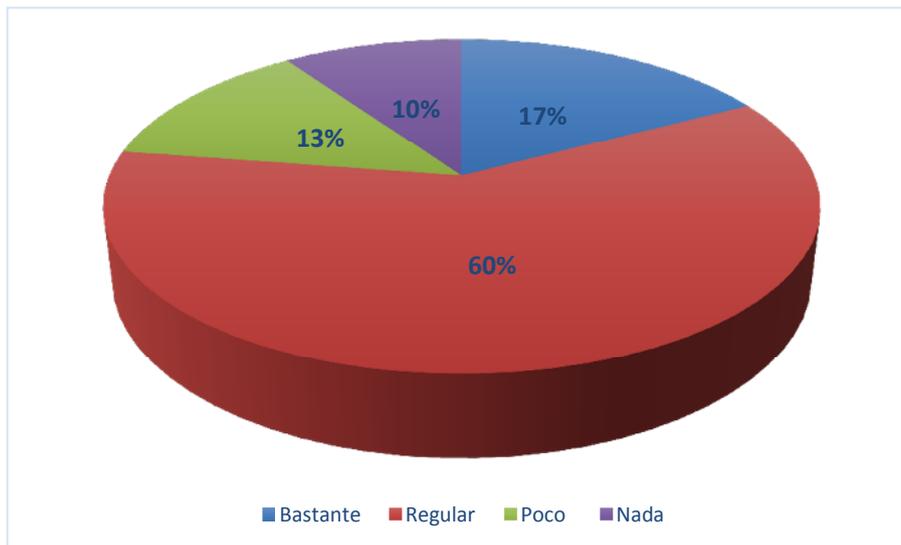
La mayoría de los encuestados creen que los programas concursos educativos son regulares el 50%, mientras que un porcentaje menor un 22% lo consideran excelente, lo que se analiza que sí podría ver acogida de un programa concurso educativo.

Cuadro No. 4 : 4.- ¿Cuánto es el aporte de conocimientos de los programas concursos educativos en la formación futura?

Número	Pregunta	Total	Porcentaje
4	Bastante	17	17%
	Regular	57	60%
	Poco	14	13%
	Nada	10	10%
	Total	98	100%

Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 4 : Pregunta 4



Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Comentario:

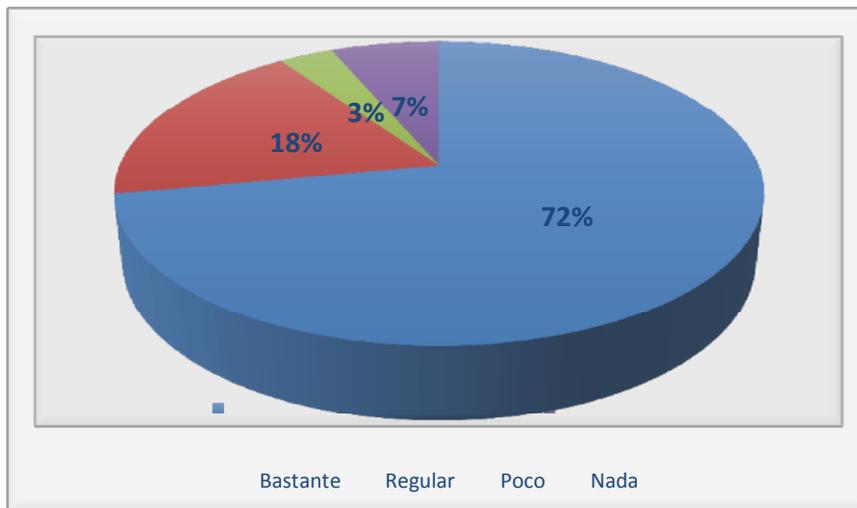
La mayor parte, el 60% consideran en esta pregunta que son regulares los programas educativos, mientras que el menor porcentaje no satisface en nada estos espacios televisivos.

Cuadro No. 5: 5.- ¿Qué tanto le gustaría un programa concurso educativo que aporte científicamente en el desarrollo personal y profesional?

Númer	Pregunta	Total	Porcentaje
5	Bastante	68	72%
	Regular	19	38%
	Poco	4	3%
	Nada	7	7%
	Total	98	100%

Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 5 : Pregunta 5



Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Comentario

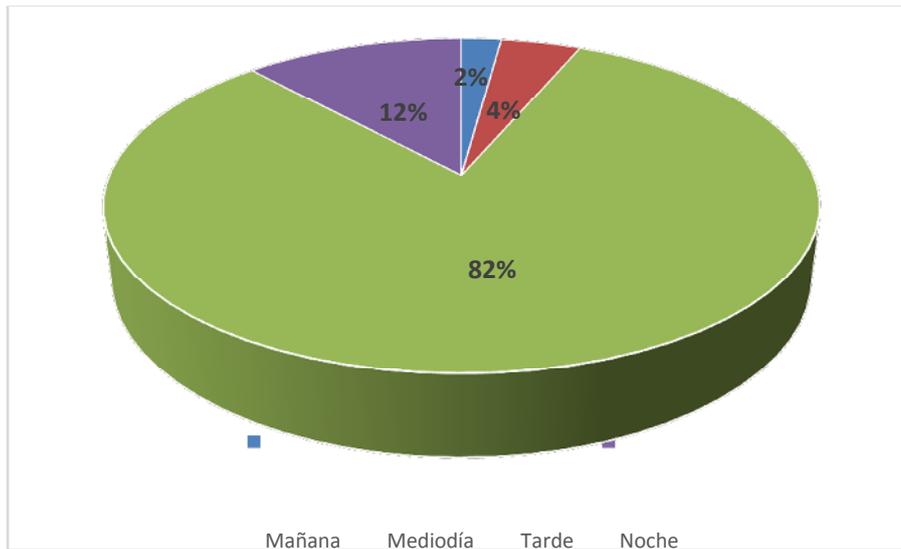
El mayor número de los encuestados es decir el 72% consideran que los programas concursos pueden aportar en el desarrollo personal y profesional de un individuo, por lo que se puede apreciar una mayor aceptación de parte del público infantil.

Cuadro No. 6: 6.- ¿En qué horario le gustaría que se emitiera el programa educativo?

Númer	Pregunta	Total	Porcentaje
6	Mañana	3	2%
	Mediodía	6	4%
	Tarde	76	82%
	Noche	13	12%
	Total	98	100%

Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 6: Pregunta 6



Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Análisis:

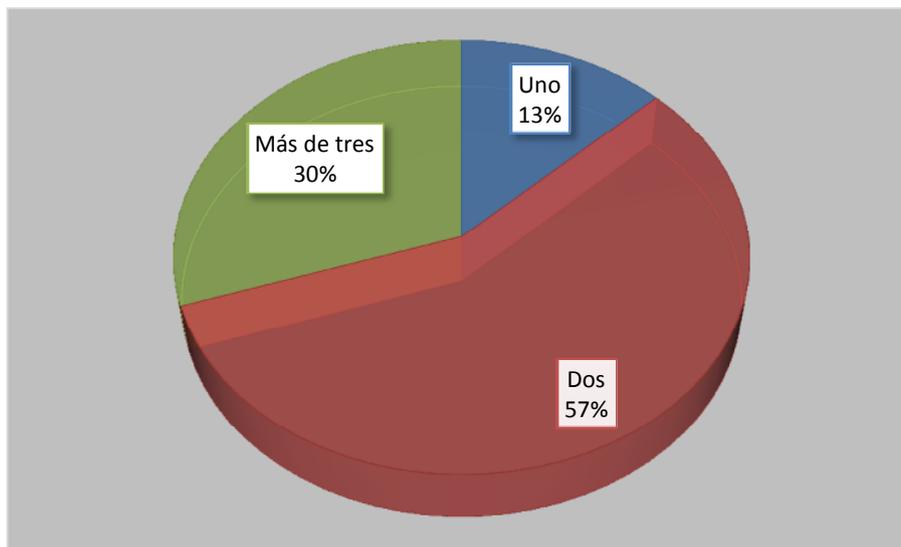
Los niños involucrados prefieren que el programa concurso educativo fuera emitido en la tarde porque ellos están en casa en este horario

Cuadro No. 7: 7.- ¿Cuántos presentadores le gustaría ver en un programa concurso educativo?

Númer	Pregunta	Total	Porcentaj
7	Uno	15	13%
	Dos	54	53%
	Más de tres	30	30%
	Total	99	100%

Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Gráfico No. 7: Pregunta 7



Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Análisis:

En esta pregunta se puede apreciar que la mayoría es decir el 57% prefieren dos presentadores en el programa concurso educativo.

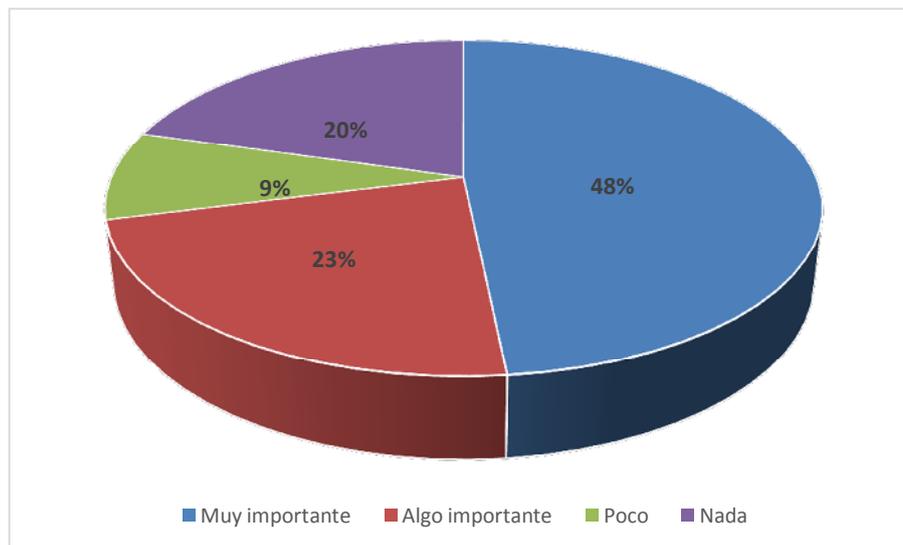
Cuadro No.8: 8.- ¿Qué tan importante es que los presentadores sean figuras conocidas de la Tv?

#	Pregunta	Total	Porcentaje
8	Muy importante	47	48%
	Algo importante	21	23%
	Poco	10	9%
	Nada	20	20%
	Total	98	100%

Elaborado por: Cinthia Carreño

Fuente: Encuesta

Gráfico No. 8: Pregunta 8



Elaborado por: Cinthia Carreño
Fuente: Encuesta

Análisis:

En los que respecta a la importancia de que los presentadores sean talentos de pantalla, la mayoría, el 48% manifestó que si es necesario la presencia de ellos, esta conexión posibilita la comunicación a doble vía

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Con el análisis y estudio de las teorías abordadas en el estudio, logró determinar cuáles son los programas que se rigen a lo establecido en la LOC y el PNBV.

- Para la elaboración y entendimiento del problema de estudio, fue necesario conocer características puntuales de PluriTV, con la finalidad de establecer puntos de partida para lo siguiente a la investigación, lo que a su vez propició un conocimiento más profundo de los contenidos del programa en estudio, lo que a su vez conllevó a determinar que este formato es educativo y estrictamente necesario para la formación de la sociedad ecuatoriana.

- Con la aplicación de los instrumentos y técnicas de recolección de información, se logró determinar la influencia que ejerce el programa PluriTv en los habitantes del objeto de estudio, para al fin llegar a la conclusión de que dicho programa posee buena aceptación y que incluso sugieren que se sigan produciendo mas programas con el mismo formato.

Recomendaciones

- Se debe reorientar el sentido que tenía la televisión desde sus inicios, con la finalidad de educar, culturizar e informar de manera adecuada.

- El estado ecuatoriano a través de algún ente regulador o ministerio, debería buscar la alternativa de financiación, con la finalidad de que no se tenga que depender de un Rating o publicidad para sostenerse, para continuar con la producción de programas que formen a la sociedad ecuatoriana.

- Se recomienda que los organismos o entes reguladores controlen la difusión de los contenidos educativos y se apliquen las sanciones correspondientes a los medios que no se apeguen a los que establece la artículo 36 de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, para que de esta forma se realicen más programas con contenido formativo e intercultural.

BIBLIOGRAFÍA. –

- 1.- Arévalo Fernando– 2008. Libro Blanco sobre el Diálogo Intercultural. “Vivir juntos con dignidad” / Comunidad Europea
 - 2.-Ayala Mora Enrique – 2011. “Interculturalidad, camino para el Ecuador” / Universidad Andina Simón Bolívar
 - 3.-Campo Maurad, Guido. 2016. “Posibilidades de hacer teleeducación”.
 - 4.- de Sousa Santos Bonaventura– octubre 2012.
“Justicia indígena, plurinacionalidad e interculturalidad en Ecuador”
 - 5.- Hidalgo Rusel - 2010. “Invertir en la Diversidad Cultural y el Diálogo Intercultural”, Ediciones UNESCO
 - 6.-Gallardo Carlos– 2015. “El sabor de mi Ecuador” revista intercultural de la universidad del Azuay No. 30.
 - 7.-. Granda Merchán Sebastián. - 2003. “Textos escolares e interculturalidad en Ecuador”
 - 8.-Hidalgo Martin. - 2008 Gestión de políticas culturales, Fondo editorial, Ministerio de Cultura Del Ecuador, Quito – Ecuador.
 - 9.- Márquez Mario– 2015. “Ecuador Intercultural” / Revista de la universidad del Azuay No. 65
 - 10- Nieves Carlos. -2011 “Interculturalidad y Diversidad” - Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador y la Corporación Editora Nacional.
 - 11.- Revilla Vargas Valeria y Ortega Torres Víctor – 2012.
“Construyendo la Interculturalidad” / (FLACSO)
 - 12.-Walsh Catherine – 2009. “Interculturalidad, Estado, sociedad. Luchas coloniales de nuestra época”.
- Constitución de la República del Ecuador (2008).

Ley Orgánica de Comunicación.

Reglamento de Comunicación Intercultural.

o