



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



“Análisis comunicacional de los contenidos de programas y publicidades dirigidos a niños de 5 a 10 años, transmitidos en Ecuador TV, Televisión Pública, durante el año 2014”

Autora: Lilian Ivette Rodríguez Verduga

Director de tesis: Lic. Jhonny Mendoza Bravo.

Facultad Ciencias de la Comunicación

Año

2014 -2015

TESIS DE GRADO

TEMA: “ Análisis comunicacional de los contenidos de programas y publicidades dirigidos a niños de 5 a 10 años, transmitidos en Ecuador TV, Televisión Pública, durante el año 2014”

Sometida a consideración del tribunal de revisión legalizada por el H. Concejo de Extensión como requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Carrera de Publicidad y Mercadotecnia

**APROBADA
DECANA O DELEGADO (A)**

DIRECTOR DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL _____

MIEMBRO DEL TRIBUNAL _____

MIEMBRO DEL TRIBUNAL _____

CALIFICACIÓN _____

PROMEDIO DE SUSTENTACIÓN _____

PROMEDIO DE GRADUACIÓN _____

OTORGA A ESTE TRABAJO DE GRADO

La nota de.....equivalente a:

Lic. Jhonny Mendoza.

Director del Trabajo de Investigación

EL JURADO CALIFICADOR

OTORGA LA SUSTENTACIÓN LA NOTA DE

.....

PROMEDIO FINAL DE SUSTENTACIÓN

.....

Lo certifico:

.....

SECRETARIA DE FACULTAD

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Bajo mi dirección y asesoramiento certifico que el trabajo de investigación titulado, “**Análisis comunicacional de los contenidos de programas y publicidades dirigidos a niños de 5 a 10 años, transmitidos en Ecuador TV, Televisión Pública, durante el año 2014**”, elaborado

por el Señorita. Rodríguez verduga Lilian Ivette egresado de la Facultad Ciencias de la Comunicación mención Publicidad y Mercadotecnia, ha sido desarrollado bajo los lineamientos propuestos, jurídicos y académicos de la institución, por lo que apruebo el mismo, para su respectiva presentación pública, evaluación y aprobación por parte del jurado calificador al que es designado.

Manta, Junio del 2015

Atentamente

.....

Lic. Jhonny Mendoza.

DIRECTOR

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Lilian Ivette Rodríguez Verduga con C.I. # 131379228-3, previo al título de licenciada en Publicidad y Mercadotecnia de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), declaro de forma autónoma y voluntaria que el presente proyecto de investigación sobre el tema “Análisis comunicacional de los contenidos de programas y publicidades dirigidos a niños de 5 a 10 años, transmitidos en Ecuador TV, Televisión Pública, durante el año 2014”, que los conceptos desarrollados, versiones vertidas, análisis realizados y las conclusiones son de exclusiva autoría del compareciente, y se podrá hacer uso de la misma para fines académicos. Manta, Junio del 2015

Manta, Junio del 2015

Atentamente

.....
Lilian Ivette Rodríguez Verduga

V

AGRADECIMIENTO

En la vida no hay que pecar de ingrata y quisiera agradecer a las personas que estuvieron a mi lado en todo este proceso ,apoyándome en todo momento ,brindándome ánimos para cumplir mi meta el compartir con mis compañeros me ayudo a crecer como persona y a valorar el mínimo detalle que te brinda la vida ,a mis padres porque sin su apoyo no hubiera podido obtener lo propuesto ,su dedicación incondicional ha sido muy importante en mi vida ,mis hermanos que han podido ser testigo de mi esfuerzo y a todas las personas que forman parte de mi familia

Agradezco al Lic. Jhonny Mendoza por su amistad y apoyo para llevar a cabo esta investigación, por su paciencia en todo momento, le quedo muy agradecida.

A la Universidad Eloy Alfaro de Manabí y a la Facultad Ciencias de la Comunicación, por ser parte de mi formación académica.

DEDICATORIA

“El éxito nunca llega solo; hay que trabajar arduamente para conseguirlo.”

Mi proyecto va dedicado en especial a mis padres: David y María. Con su apoyo, constancia ha sido esencial para poder culminar mi carrera profesional esto se lo debo a ustedes, a mis hermanos, tíos, amigos, compañeros, que estuvieron presente en esta etapa de mi vida brindándome su apoyo en todo momento. En este día que culmino con esfuerzo y sacrificio, al ver cumplidos mis anhelos, doy gracias a todos.

RESUMEN

Algunos contenidos que se transmite en la televisión no son adecuados para niños de 5 a10 años; se trata de programas que muestran antivalores y que resultan nocivos para los menores de edad. Estos programas de televisión son transmitidos en horarios no adecuados, y afecta en la conducta de los pequeños.

Las publicidades también generan controversia, sus contenidos, en ocasiones generan ruido moral, aunque en la mayoría de veces están llenas de creatividad, innovación, pues su objetivo es incrementar las ventas de productos o posesionar marcas, así como captar nuevos grupos de personas en el mercado, en ciertas piezas se evidencian problemáticas de contenidos, cuando esto ocurre se las puede catalogar como ficticias, engañosas, inmorales y atentatorias.

Estás publicidades o programas juegan con la imaginación de los adultos y también de los niños, haciéndolos creer que existe un mundo de fantasías que n o existe ocultando lo real. Algunas publicidades o programas muestran, violencia, racismo, a pesar de que deberían ser censurados según la Ley Orgánica de Comunicación, estas son transmitidas.

La presente investigación servirá para analizar la difusión y los contenidos de la publicidad televisiva en Ecuador Tv para niños de 5 a 10, los horarios en que se pauta publicidades, establecer si existen publicidades que afecten el comportamiento de los pequeños. Además se podrá determinar si se cumple con las normativas de la Ley de Comunicación al transmitir estos contenidos, también nos ayudará a orientar a los padres sobre cuales son o no adecuados para estos pequeños.

PRELIMINARES: **PÁG.**

Contenido

INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	3
Objetivos	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
Hipótesis	6
Variables	6
Variable Independiente	6
Variable Dependiente	6
Cuadro 1 Operacionalización de las variables	7
Marco Teórico	8
CAPITULO I	8
1. Que es la publicidad	8
1.2. Historia del Canal Ecuador Tv	12
1.2.1. Programación de Ecuador Tv	13
1.2.2 .Programas	16
1.2.3. Veo Veo	16
1.2.4. Educa.....	17
1.3. Los medios de comunicación	18
1.4. Influencia de los contenidos.	19
1.5. Los Niños y la publicidad	22
1.6. Como influye la publicidad a los niños	24
1.7. Violencia de los programas de televisión.	28
1.8. Los efectos de la violencia televisiva en los niños.	30
1.9. Ley de Comunicación	37
CAPITULO II	44
2. Diseño Metodológico	44

2.1. El tipo y diseño de la investigación	44
2.2. La Población y la muestra	44
2.3. INSTRUMENTOS	45
2.4. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	45
2.5. Entrevista a Medio de Televisión	58
CAPITULO III	60
3. Propuesta	60
3.1. Título de la propuesta	60
3.2. Departamento de monitoreo y análisis de contenidos de programas y publicidad que funcione en la Facultad Ciencias de la Comunicación de la ULEAM.	60
3.3. Unidad Ejecutora	62
3.3.1. Ecuador Tv	62
3.4. Introducción	63
3.5. Fundamentación	66
3.6. Objetivos	67
3.6.1. Objetivo General.....	67
3.6.2. Objetivos Específicos.....	67
3.7. Requerimientos técnicos	67
3.8. Factibilidad	68
3.9 Descripción de la propuesta	68
3.10. Cronograma de Actividades	69
Conclusión	70
Recomendaciones	71
Bibliografía	72
WEB	73
Anexos	74

“Análisis comunicacional de los contenidos de programas y publicidades dirigidos a niños de 5 a 10 años, transmitidos en Ecuador TV, Televisión Pública, durante el año 2014

INTRODUCCIÓN

El problema que se presenta al permitir que los menores consuman programas con contenidos inadecuados es el cambio en el comportamiento, con conducta de agresividad y falta de interés hacia las demás actividades, ya que solo quieren estar viendo la televisión y le restan prioridad a los temas importantes y productivos, como la preparación y el estudio, los niños llegan a creer que son como los personajes y los imitan llegan a actuar como ellos, en este caso, igual a lo que ven.

Algunos contenidos incitan al niño a imitar la conducta de los personajes y en ocasiones desafían la autoridad de los adultos.

La televisión transmite diferentes tipos de programas, algunos que muestran enseñanzas y otros totalmente carentes de valores ni aprendizaje, la cuestión está en orientar a los niños, recordemos que en esta etapa las opiniones y supervisión de un adulto es de total importancia para la educación de estos pequeños.

La transmisión de publicidades no adecuadas para los niños es algo que está ocurriendo en el mundo, esto perjudica el comportamiento de los menores ya que toman una actitud agresiva, defensiva e intolerante.

En realidad algunas publicidades, muestran anti-valores como son el racismo o la xenofobia, estas publicidades han sido censuradas tanto por los medios de comunicación públicos como en los privados, como por sus mismos creadores.

Se debe exigir una transmisión con contenidos educativos, que permitan estimular los valores en los niños, propendiendo a censurar publicidades que afecten a los niños.

Los adultos les permiten a los pequeños tener libre acceso a los medios como es la televisión, la realidad es que en los medios de comunicación en ocasiones se persuade a los niños ya sea por medio de publicidades, o programas televisivos, la finalidad de los medios debe ser entretener, educar y formar.

Las publicidades que se presentan son una forma de comunicación comercial que intentan incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas como llegar a los niños de forma psicológica, afectiva, debemos ser responsables al desarrollar una mensaje, debe ser adecuado para el grupo a quien va dirigido.

En ocasiones los contenidos que muestran este medio pueden ser ficticios, para los niños la publicidad juega a la confusión entre el mundo real y la fantasía, combina los elementos reales e imaginarios, y de esta manera los niños entran a este mundo.

Las leyes que regulan la publicidades son bastante claras deben cumplir con lo que está establecido y sino estos contenidos publicitarios serán censurados.

Ecuador Tv es un Canal que difunde contenidos publicitarios cumple con la normativas establecidas por la ley de comunicación.

En la presente investigación determinaremos si los contenidos de Ecuador Tv, se apegan al marco jurídico y ético vigente, observaremos si los contenidos están acorde con la necesidad de las nuevas generaciones sin descuidar la defensa y propensión por los valores.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Ecuador Tv. transmite programas y publicidades que afecten el comportamiento de niños de 5 a 10 años?

SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Qué contenidos que trasmite Ecuador Tv no son adecuados para los niños de 5 a 10 años?

¿La trasmisión de los contenidos de Ecuador Tv se emite en horas adecuados para los niños de 5 a 10 años?

JUSTIFICACIÓN.

Ciertos programas infantiles afectan en la conducta de los niños, los padres son los responsables de los contenidos que ven sus hijos, es importante que se conozca la realidad detrás de la televisión, resulta crucial en tiempos actuales, que se encuentren informados realmente de lo bueno y de los programas que muestran elementos violentos, peleas, ficción, para de esta manera lograr competencias y conocimientos al momento de ser guías de los niños dentro y fuera de casa.

Escogen los programas que más les gustan, y los padres le dan la libertad de ver lo que ellos prefieren.

Los padres no se encuentran informados de los elementos que se presentan en los programas que prefieren sus hijos.

Los padres asumen que los programas infantiles son actos para cualquier edad, y en la televisión podemos observar dibujos animados que son dirigidos para jóvenes o adultos.

En la actualidad los niños aprenden muy rápido a manejar aparatos tecnológicos como la televisión desde muy pequeños manipulan este artefacto.

Hoy en día la publicidad cumple un roll muy importante en el posicionamiento de productos y servicios que ofrecen empresas, organizaciones y grupos sociales etc.

En este sentido la publicidad está haciendo eco en las actividades del ser humano ya sea adultos y/o menores, para esto el anuncio publicitario debe tener ciertas direccionalidades de acuerdo al grupo objetivo a quien va dirigido.

En este sentido al referirse a los menores de 5 a 10 años la publicidad debe ser dirigida con mensajes que no afecten la mentalidad y comportamiento de los niños.

Resulta oportuno analizar los contenidos de los programas y las publicidades que transmite Ecuador Tv, como por ejemplo las campañas educativas, las campañas referentes a la delincuencia, las campañas medio ambientales o de violencia intrafamiliar, todas estas son de aprendizaje y orientan a los niños.

Mientras tanto las campañas de contenido comercial como las publicidades de alimentos con alto nivel de azúcar, dulces, comidas rápidas y grasas que causan sobrepeso y obesidad en los niños; estas publicidades afectan en la alimentación de los niños, pues ninguno de estos

productos son recomendables nutricionalmente.

Esta investigación tiene como objetivo analizar los programas y las publicidades dirigidas a los niños teniendo en cuenta que ellos por excelencia son observadores e imitadores de todo lo que ven ,ellos aprenden y ejecutan todo lo que presentan estos contenidos, el ambiente en el que se desarrollan influye en sus actitudes .

Objetivos

Objetivo general

Analizar la difusión y los contenidos de los programas y la publicidad televisiva para niños de 5 a 10 años, en Ecuador Tv, durante el periodo 2014.

Objetivos específicos

- Determinar los horarios en los que se pautan programas y publicidades para niños.
- Establecer si los programas y la publicidad en Ecuador Tv afectan o no a los niños.
- Investigar si se cumple con las normativas de la Ley Orgánica de Comunicación en relación con los contenidos en los diversos horarios.
- Analizar los impactos de contenidos en niños de 5 a 10 años en Ecuador Tv.

Hipótesis

Los programas y publicidades de Ecuador Tv. están acordes con los contenidos a los que pueden acceder niños de entre 5 y 10 años, además cumplen con la Ley Orgánica de Comunicación.

Variables

Variable Independiente

Contenidos y programación de Ecuador Tv.

Variable Dependiente

-Programas educativos

-Publicidades

-Educación en niños

Cuadro 1 Operacionalización de las variables

Variables	Tipos	Conceptualizaciones	Indicadores
Contenidos y programación Ecuador Tv.	Independiente	Programas ,educativos y Entretenidos.	-Incumplimiento de actividades
Publicidades	Dependientes	Publicidades que muestren antivalores o un mundo de fantasías	-Deformación de la realidad.
Programas Educativos	Dependiente	Programas que fomenten cultura ,valores y formación integral .	_Educa. _Zona 7.
Educación en niños.	Dependiente	Aprendizaje y formación.	-Formación de hábitos y costumbres de los niños .

Marco Teórico

CAPITULO I

1. Que es la publicidad

La publicidad empezó siendo una herramienta para promocionar algún servicio producto, y comunicarles a los consumidores sobre ofertas o novedades.

La publicidad está destinada al consumidor, con el objetivo de informar, persuadir, convencer, captar nuevos clientes recordar la marca, posesionarse en el mercado ser reconocido.

La publicidad no era un complemento, llego a ser una inversión para los empresarios, vital para el crecimiento de las empresas, es decir la publicidad era como la reputación de la empresa.

En ocasiones la publicidad puede estar afectando al competidor indirectamente, la publicidad rige el destino de la empresa su crecimiento y reconocimiento en el mercado.

“La publicidad es un elemento importante en la mezcla de comunicaciones del marketing. La publicidad le dirige un mensaje a un gran número de personas con una sola comunicación. Es un medio de masas”.¹

La publicidad ha sido un talento de creatividad y una herramienta de comunicación, elaborando un mensaje con el objetivo de informar seducir y convencer al consumidor, con el fin de vender un producto o servicio.

En la actualidad el consumidor es exigente y es normal ver como sus gustos cambian constantemente, siempre pendiente de la evolución de los productos de los avances tecnológicos.

¹Marketing y Publicidad .Instituto de Formación y Estudios Sociales (IFES), Amadeus Association,Società Consortile “Ass.forSeo”, Second Chance Association, South Carelia Polytechnic,Fundatia Pentru Mestesuguri / Crafts Foundation Romania,pág.48

“Creo que hemos de ser conscientes de que la publicidad es eso, publicidad, no debe de engañar al usuario, pero no tiene por qué ser simplemente descriptiva de los productos o servicios”.²

Teniendo una serie de beneficios para el anunciante, que es el que tiene el control sobre el mensaje, la publicidad es rápida a comparación de otras herramientas, el anunciante tiene la oportunidad de comunicarse de manera simultánea con todo su público objetivo.

El crear un mensaje publicitario involucra a un arduo trabajo en equipo de personas y de la empresa.

Algunas publicidades intentan persuadir llegando a los sentimientos y emociones de las personas mostrando algo de ternura, amor, alegría y de esta manera llegar al consumidor .

Nadie se libra de la publicidad, la encontramos en todos los sitios y medios de comunicación, por esa razón es muy importante analizar el sexismo que se esconde.

“Tiene una serie de beneficios para el anunciante, que ejerce el control sobre el mensaje. El anuncio y su mensaje, en cierta medida, estarían diseñados según las especificaciones del anunciante, de manera que éste puede centrarlo en un gran número de consumidores potenciales, en una sola sesión, con un coste relativamente reducido per cápita. La publicidad es rápida, en relación con otros elementos del “marketing mix” (por ejemplo, la venta personal, en donde se tiene que informar a todos los vendedores o incluso contratarlos). Por tanto, el anunciante tiene la oportunidad de comunicarse de manera simultánea con toda su audiencia, o con gran parte de la misma”.³

La televisión utiliza la imagen y el sonido, es rápido se debe captar la atención en pocos segundos, Como sabemos los medios publicitarios, son las diferentes vías por el cual se envían los mensajes publicitarios, el espacio publicitario ,es el tiempo en el que se divide un bloque publicitario para comercializarlo .

Una forma de denigrar al ser humano es tratar a las personas como cosas a utilizar, sin tener en cuenta lo que piensen o sientan, es lo que hace en ocasiones la publicidad con la mujer.

Podemos decir que a publicidad no trata bien a la mujer ,en eso estamos todos de acuerdo es utilizada como anzuelo para captar al consumidor masculino .

Claro que hay publicidades en la que tratan al hombre y a la mujer con dignidad, en las que se

² Manual de publicidad, Ramón Cerdá Sanjuán, 2000, pág 45.

³ Marketing y Publicidad , Instituto de Formación y Estudios Sociales (IFES), Amadeus Association, Società Consortile “Ass.forSeo”, Second Chance Association, South Carelia Polytechnic, Fundatia Pentru Mestesuguri / Crafts Foundation Romania, Pág.48.

muestran personas creíbles y cotidianas del día de hoy. Podemos ver alguna campaña que muestre como ejemplo una realidad social mostrando a hombres y mujeres, ocupándose de las tareas domésticas en esta caso la publicidad no hace ninguna distinción de tareas.

La publicidad es encargada de posicionar los productos y convencer a la compra, por eso es recomendable un análisis constante para conocer la reacciones del consumidor .

Se puede llegar a relacionar las inversiones en publicidad en los resultados de las ventas obtenidas o el reconocimiento que llega a tener en el mercado.

Tenemos claro que en algunos casos, la televisión camina por el sendero de la violencia, vulgaridad, mediocridad, el sexo el morbo, mostrando escasos recursos de valores morales. Todo esto a causa de tener rating, deben tener claro que existe lo correcto y lo incorrecto ,la violencia y los valores ,lo moral lo inmoral ,y lo primordial es trabajar con ética .

“Algunos consumidores ven la publicidad como una manera ingeniosa de informarse acerca de los productos. Otros la ignoran, o conscientemente se niegan a prestarle la más mínima atención. Y eso nos parece bien. Porque la publicidad es una invitación, no una obligación. Intenta seducirte, pero no intenta lavarte el cerebro”.⁴

Los productos que utilizan a la mujer para anuncios, son las publicidades dirigidas para hombres, mostrando una serie de imagen pornográfica, dejando a la imaginación del consumidor. Utilizando a la mujer como objeto para la publicidad mostrando sus pechos o ropa pequeña y de esta manera captar la atención del hombre ya que la publicidad va dirigida exclusivamente para ellos.

“La publicidad actual, se sitúa en el contexto que le corresponde, en esta sociedad de la información y del conocimiento, y teniendo en cuenta las tendencias actuales, ya no habla de productos, ni siquiera de marcas, habla de la vida y de lo que le preocupa al serhumano: sus relaciones, sus aspiraciones, sus éxitos, sus certezas, sus incertidumbres, sus anhelos y sus vivencias”.⁵

La publicidad en la actualidad busca atraer la atención del consumidor, de manera de relacionar la vida cotidiana con la publicidad para que el público objetivo se sienta identificado y recuerde el mensaje publicitario.

⁴Manual de Publicidad,Ramón Cerdá Sanjuán, 2000,pág 31.

⁵Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI,Maria Isabel Martin Requero María Cruz Alvarado López, 2007,pág11, 12.

“En definitiva lo que se pretende es atraer a los consumidores para adquirir cada vez más bienes de consumo, hasta llegar a un consumismo exagerado, que cada día nos hace más esclavos de las modas y de las marcas. Todo este recorrido por el fenómeno publicitario y por las tendencias sociales, nos sirve para poder concluir que la publicidad seguirá existiendo y estará siempre en los medios porque los medios seguirán teniendo públicos”.⁶

El consumidor se encuentra pendiente de las nuevas tendencias, lo innovador, queriendo consumir las marcas poseionadas, y los productos que se encuentran a la moda, y de esta manera ser popular entre sus amigos.

La publicidad se ha convertido en algo imprescindible para la venta, es una manipulación, que se lleva acabo al consumidor .aunque es absolutamente necesaria en el mundo económico.

La publicidad es la manera más fácil de llegar al consumidor dar a mostrar las características de los productos, sus beneficios, y satisfacer las necesidades del consumidor.

“Mientras que la publicidad, preocupada originalmente por embellecer las mercancías, y sin renunciar a esa misión decorativa, se convierte con el paso de las décadas en un discurso que habla, más que de los objetos, de los usuarios, y que intenta encarnar, con formas de representación muy”⁷

⁶Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI ,María Isabel Martin Requero
María Cruz Alvarado López,2007,pág 12.

⁷Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI ,María Isabel Martin Requero
María Cruz Alvarado Lopez,2007,pag15.

1.2. Historia del Canal Ecuador Tv

Brindar a la ciudadanía contenidos televisivos y radiofónicos que les formen, informen y entretengan sanamente, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales, culturales y la participación ciudadana.

⁸ **Visión:** “Aspiramos ser un medio de comunicación público eficiente, competitivo y moderno, que sea un espacio plural e incluyente de la ciudadanía.”

Misión: Brindar a la ciudadanía contenidos televisivos y radiofónicos que formen, informen y entretengan sanamente, fomentando y fortaleciendo los valores familiares, sociales, culturales y la participación ciudadana.

La misión y visión de ECTV no la hacen inmune a diversas críticas por parte de personajes contrarios a la ideología del gobierno, pues afirman que este canal es utilizado como medio de difusión propagandística por parte del gobierno de turno.

Un 27 de Octubre del 2007 el Canal Ecuador Tv comenzó su transmisión a prueba en la Ciudad Alfaro –Montecristi ,provincia de Manabí en horas de la mañana ; cuando transmitió su primer programa televisivo, que fue la entrevista al Presidente de la República realizada por Xavier Lasso ; salió al aire oficialmente a la 05:27 del 1 de abril del 2008 con el Himno Nacional del Ecuador interpretado por una Orquesta .Posteriormente con un video introductorio de lo que sería su programación .

El Canal opera como servicio público, emite contenidos de productoras del países, ha sido visto por los opositores de Rafael Correa utilizándolo como instrumento de propaganda del socialismo. Ya que las fuentes de los fondos para la creación y la adquisición de equipos, Capacitación de un personal preparado ,responsable en su trabajo.

⁸ <http://www.rtvecuador.ec/web/>

Su programación nacional variada como: Deportes ,Infantiles ,Novelas ,Noticias de Opinión

1.2.1. Programación de Ecuador Tv

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
00:00 El líder de la manada	00:00 Unizono Clips	00:30 Especiales National Geographic.	00:30 Sobreviví	00:30 Castle
01:00 El Equipo	00:30 La Caja de Pandora	01:00 Equipo.	01:00 El Equipo	01:00 El Equipo
01:30 ECUADOR TV Noticias	01:30 Enlace Ciudadano	01:30 Café TV.	01:30 CaféTV	01:30 CaféTV
02:00 Sabías Que	04:30 Sansón y Dalila	02:30 ECUADOR TV Noticias.	02:30 ECUADOR TV Noticias	02:30 ECUADOR TV Noticias
03:00Especiales de la BBC	05:45ECUADOR TV Noticias	03:30 Ellas los Prefieren maduros	03:30 Ellas los prefieren maduros	03:30 Ellas los prefieren maduros
03:30 El Trueque	06:00 Veo Veo	04:30 Sansón y Dalila.	04:30 Sansón y Dalila	04:30 Sansón y Dalila
04:30 El Equipo	06:30 El Equipo	05:45 ECUADOR TV Noticias	05:45 ECUADOR TV Noticias	05:45 ECUADOR TV Noticias
05:30 Descarga Musical	07:00 ECUADOR TV Noticias	06:00 Veo Veo	06:00 Veo Veo	06:00 Veo Veo
05:45 ECUADOR TV Noticias	08:30 Lejos de mi Patria	06:30 El Equipo.	06:30 El Equipo	06:30 El Equipo
06:00 Veo Veo	09:00 La Casa de Mickey Mouse	07:00 ECUADOR TV Noticias	07:00 ECUADOR TV Noticias	07:00 ECUADOR TV Noticias
06:30 El Equipo	09:30 ZONA 7	08:30 Palabra Amazónica.	08:30 Shugma	08:30 Triunfadores
07:00 ECUADOR TV Noticias	12:00 Animados	09:00 La Casa de Mickey Mouse	09:00 La Casa de Mickey Mouse	09:00 La Casa de Mickey Mouse

09:00 La Casa de Mickey Mouse	12:30 CaféTV	09:30 ZONA 7.	09:30 ZONA 7	09:30 ZONA 7
09:30 ZONA 7	13:30 El Equipo	12:00 Animados.	12:00 Animados	12:00 Animados
12:00 Animados	14:00 ECUADOR TV Noticias	12:30 CaféTV	12:30 CaféTV	12:30 CaféTV
12:30 CaféTV	14:30 Veo Veo	13:30 El Equipo	13:30 El Equipo	13:30 El Equipo
13:30 El Equipo.	15:00 Educa	14:00 Ecuador Tv Noticias	14:00 ECUADOR TV Noticias	14:00 ECUADOR TV Noticias
14:00 ECUADOR TV Noticias.	15:30 ZONA 7	14:30 Veo Veo	14:30 Veo Veo	14:30 Veo Veo
14:30 Veo Veo	17:30 Minicons	15:00 Educa	15:00 Educa	15:00 Educa
15:00 Educa	18:00 Ellas los prefieren maduros	15:30 Zona 7	15:30 ZONA 7	15:30 ZONA 7
15:30 ZONA 7	18:30 Cuando las luces se apagan	17:30 Escape	17:30 Ciencia Traviesa	17:00 Fantasilandia
17:30 Uno por Uno	19:00 ECUADOR TV Noticias	18:00 Ecuador Tv Noticias	18:00 Ellas los prefieren maduros	18:30 Betty White fuera de sus casillas
18:00 Ellas los prefieren maduros	19:30 Sansón y Dalila	18:30 Previa del Partido	18:30 Triunfadores	19:00 ECUADOR TV Noticias
18:30 El peor de los casos	20:15 Especiales National Geographic	19:00 Deportivo Cuenca vs Emelec	19:00 ECUADOR TV Noticias	19:30 Sansón y Dalila
19:00 ECUADOR TV Noticias	21:00 ECUADOR TV Noticias	21:00 ECUADOR TV Noticias	19:30 Sansón y Dalila	20:15 Especiales De la BBC
19:30 Sansón y Dalila	22:00 El Equipo	22:00 El Equipo	20:15 Perspectiva 7	21:00 ECUADOR TV Noticias
20:15 Comidas Exóticas	22:30 Pulso Político	22:30 Acuerdo del Buen Vivir	21:00 ECUADOR TV Noticias	22:00 El Equipo
21:00 ECUADOR TV Noticias	23:30 Castle	23:30 DocTV	22:00 El Equipo	22:30 Nuestro Cine
22:00 El Equipo			22:30 Los Reporteros	
22:30 La Pieza Clave			23:30 Bernard en la Noche	
23:30 Castle				

Sábado	Domingo
00:00 Unísono Clips	00:00 593 Ecuador
00:30 Especiales de la BBC	01:00 Enlace Ciudadano
01:00 El Equipo	06:00 Selva Viva
02:30 ECUADOR TV Noticias	06:30 Palabra Amazónica
03:30 Betty White fuera de sus casillas	07:00 Jeff Corwin
04:30 Sansón y Dalila	07:30 IESS Visita tu hogar
06:00 Nuestros Sueños	08:00 Proyecto X
06:30 Veo Veo	08:30 Veo Veo
07:00 Animados	09:00 Animados
07:30 CaféTV	12:00 Fantasilandia
09:00 Expresarte	13:30 El Ciudadano
10:00 Enlace Ciudadano	14:30 Descarga Musical
13:30 Señas	15:00 Animados
14:00 Señal Cero Grados	16:00 Fantasilandia
14:30 Descarga Musical	17:30 El líder de la manada
15:00 Ventana Andina	18:30 Ama la Vida - Buen Vivir
15:30 Animados	19:00 El Equipo
16:30 Sansón y Dalila	19:30 ECUADOR TV Noticias
18:00 Especiales NationalGeographic	20:00 Más allá de una fiesta
18:30 Previa del partido	21:30 El Trueque
22:30 Betty White fuera de sus casillas	22:30 El Equipo
23:00 Especiales de la BBC	23:30 Jorge Gestoso Presenta

1.2.2 .Programas

1.2.3. Veo Veo

Es un Programa que se encarga de instruir a los pequeños y consejos para los padres con temas interesantes como la alimentación, Si un pequeño tiene problemas con los alimentos iniciar con líquidos, motivar al niño para que acepte los alimentos, alimentación saludable 5 comidas diarias.

Cuidado y efecto para movilizarse ,Cualquier pequeño requiere de cuidados ,por eso debemos conocer el lugar donde se encuentran y se encuentra algún peligro para ellos ,y si sufre de una discapacidad asegurarse de ayudarlo y preguntarle y necesita apoyo ..

Historias de personas que a pesar de su discapacidad lograron éxito en sus vidas: Helen Adams Keller, Joaquín Rodrigo, Ludwig van Beethoven, Stephen Hawking.

Intentan dar estrategias para educar a los niños, este programa fomenta temas de suma importancia para la educación.

Temas como Desarrollo integral, Estimulación temprana, Estimulación hasta los 3 meses .Estimulación de 3 a 6 meses, Abanico de colores .son herramientas de apoyo para los educadores del hogar, un programa de estimulación para os padres, para instruir adecuadamente a los pequeños.

Este programa no solo pretende divertir o entretener a los más pequeños del hogar, también se preocupa de instruir y dar consejos a los padres de como cuidarlos .

“Esta edición es una herramienta de ayuda para los educadoras u educadores y las familias responsables en la estimulación temprana de niños y niñas comprendidos entre 0 y 3 años de

edad”⁹

1.2.4. Educa

EDUCA, televisión para aprender, es un equipo humano al que le apasiona la comunicación educativa para transformar vidas.

Las audiencias son nuestra prioridad: infantil, adolescente, juvenil, docente y familiar. Por esta responsabilidad con las audiencias, EDUCA es divertido, innovador, dinámico e interactivo. Investiga nuevos formatos para satisfacerlos y apoyar la ciudadanía responsable, creativa y forja el futuro del Buen Vivir.

El Proyecto TeleEducación gestiona la producción y difusión de la señal de televisión EDUCA, con el respaldo de ser un proyecto emblemático del Ministerio de Educación, mediante Acuerdo ministerial Nro. 0233-13, decretado el 24 de julio de 2013. El Proyecto TeleEducación nació en el 2011 con aprobación de la Senplades, para proveer al sistema educativo ecuatoriano y a la comunidad en general de contenidos audiovisuales y multimediales que fortalezcan la construcción de la sociedad ecuatoriana de paz, en el marco del Buen Vivir.

“Desde el 1 de octubre de 2012, EDUCA salió al aire para dar cumplimiento a la Ley de Radiodifusión y Televisión vigente que prescribía la Hora Educativa, en todos los canales de televisión nacional. Desde el 24 de junio de 2013, EDUCA mantiene la Hora Educativa, de acuerdo al Art. 74, numeral 4 de la Ley Orgánica de Comunicación que dice: “Destinar una hora diaria, no acumulable para programas oficiales de tele-educación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencia en estas materias”.

EDUCA genera experiencias educativas innovadoras con el aporte de todos los sectores sociales públicos, privados e internacionales que aportan a la equidad en el acceso al conocimiento para todos los televidentes de los medios de comunicación, independientemente de su lugar de residencia o condición social”.¹⁰

¿Qué ofrecen para adolescentes?

⁹ Revista infantil Veo Veo ,Un mundo para imaginar ,2014,pág 2

¹⁰<http://www.educa.ec/index.php/quienes-somos>.

Para adolescentes: Rebeldes. Los adolescentes dicen que no les gusta que les digan rebeldes y creo que la rebeldía es la más hermosa fuerza de la adolescencia.

Además, tenemos un convenio con el Ministerio de Educación de la Nación Argentina y hemos recibido mucha asesoría de canales extraordinarios como son Canal Encuentro y Paka Paka. Tenemos al aire un programa de ellos que es Proyecto G, que es un programa que habla de ciencia y tecnología, pero de una manera muy divertida.

1.3. Los medios de comunicación

La diferencia es importante porque al paso de los temas de la agenda pública no siempre se produce, al menos no de manera automática.

Lo mismo ocurre con la opinión publicada en los medios, que no se convierte automáticamente en opinión pública.

Ambos efectos solo se producen una vez que los contenidos mediáticos pasan por los procesos selectivos de las audiencias.

De acuerdo a los cuales están se exponen o no, les prestan atención o no, y retienen o no los mensajes de los medios.

De eso depende igualmente, que dichas audiencias incorporen o no los contenidos de los medios a sus conocimientos de la realidad.

Y estos influyan o no en las actitudes y conductas del público, y eso depende a su vez de la capacidad de los medios.

Para conectar con los deseos los gustos anhelos, las emociones, temores o las expectativa de la audiencia.

Las audiencias se exponen, atienden y retienen los mensajes de los medios, sucede conforme a una serie de factores edad, genero, escolaridad ,posición social, características de personalidad.

“El efecto revelador, en términos cognitivos que dicha práctica está teniendo en las audiencias, suele disparar actitudes críticas y nuevos comportamientos la hora de evaluar y consumir o

rechazar los productos mediáticos menos confiables, es decir ,aquellos originados e procesos menos transparentes “.¹¹

1.4. Influencia de los contenidos.

En la actualidad la televisión es cautelosa al mostrar sus contenidos publicitarios
En algunos canales de televisión se muestra un mensaje donde informa que el contenido que saldrá a continuación contiene escenas de violencia.

En la actualidad la televisión tiene canales dirigidos para cada sementó de niños, los padres deben verificar que canal es adecuado para sus pequeños y, estar presente para contestar sus inquietudes.

Los padres les brindan a sus niños la libertad o en ocasiones ellos exigen hacer lo que desean, se llegan a mostrar un poco revendes y malcriados y de esta manera los padres acceden a sus peticiones.

En los actuales momentos los niños tienen un coeficiente intelectual alto, aprenden muy rápido a manejar aparatos tecnológicos nada los detiene, se debe estar pendiente de ellos.

El deber del estado es de emitir espacios que sean de bien intelectual para los niños, y de esta manera infundir contenidos adecuados.

Los pequeños se encuentran informados de los contenidos que se transmite, y estos en ocasiones generan actitudes como violencia, revendía.

“La TV ofrece muchos contenidos, no todos válidos para cualquier niño en cualquier momento de su vida. Esto significa concienciar y ayudar a los padres a hacer frente a hábitos y contenidos televisivos no recomendables, mediante una serie de medidas articuladas y concertadas de forma rigurosa por todos los sectores sociales implicados.

A lo largo de las reuniones que se han celebrado para elaborar este documento han surgido algunas ideas que han cosechado un apoyo unánime por parte de los asistentes. Dos de ellas tenían relación directa con lo que estamos tratando: La familia es, en primera y última instancia, la que más puede hacer por construir, fomentar y mantener un comportamiento y hábitos

¹¹Para entender los medios de comunicación ,José Carreño,2007,pág 67.

televisivos adecuados de los niños y jóvenes; es, por tanto, aconsejable que tomen plena conciencia de su responsabilidad. Hay que transmitir a las familias las prácticas y conocimientos necesarios para educar sabiamente a la infancia y juventud respecto al consumo de TV.”¹²

Es muy importante la información que tengan los padres sobre los contenidos que ven sus hijos, y de esta manera fomentar lo adecuado, son responsables de lo que ven estos pequeños. Cuando un pequeño se encuentra desprotegido ante los contenidos negativos de la tv, llegan a ser vulnerables ante esta situación, en ocasiones este medio muestra contenidos que deben ser explicados por un adulto, algunos son ficticios.

Por ejemplo si en un contenido se muestra a un chico tirándose de un anaquel y gritando Red Bull te da alas .Imaginemos que sucedería si no se encuentra un adulto y un pequeño observa este contenido, puede intentar hacer lo mismo, y provocarse un accidente .

Es necesario que las familias se informen sobre los contenidos que se muestran en tv, ya que no toda información que ven estos pequeños son de influencia positiva muchas veces no son contenidos para niños de 5 a 10 años.

Si bien es cierto los canales nacionales como Ecuador TV cuidan la programación o contenidos que se muestran, pero hay que cosas que no se pueden evitar, por ejemplo si un pequeño de 5 a 10 años tiene la libertad de descansar a la hora que desea o sus padres le brindan este medio en su habitación, ellos podrían llegar a ver contenidos no adecuados para su edad.

Si los medios cuidan hasta una determinada hora que sean transmitidos contenidos no adecuados, los padres deberían evitar que en horas no apropiadas estos pequeños tengan accesos a este medio.

El estudio de contenidos de las imágenes, lenguaje o lo que se le muestra a nuestros niños, es de suma importancia que los padres dediquen un espacio para analizar dichos contenidos ver cómo ha evolucionado la tecnología, ver con qué rapidez un niño puede manejar un aparato tecnológico ,y llegan a estar expuestos a peligros .

En la actualidad los contenidos de la publicidad dirigidos para los niños muestran muñecos, fuerza violencia .y en la niñas un mundo de magia que no existe, aunque las empresas lo que quieren es vender, deben de ser cautelosos al mostrar estos contenidos, y que pueden ser perjudiciales para los pequeños.

¹²<http://www.nodo50.org/ameco/DocuInfantil.pdf pag 17.>

“Por otro lado, los niños condicionan no sólo las compras de productos infantiles, sino también las compras de los padres, que por ejemplo se ven obligados a acudir con más frecuencia de la que desearían a las hamburgueserías, por ejemplo, de moda para sus hijos. Además, en general, los niños son los principales influyentes en la decisión sobre productos y servicios de ocio y entretenimiento, de manera que, incluso productos dirigidos a los mayores conseguirán ventas extras si incluyen regalos para los niños, como es el caso de las cadenas de hoteles que mantienen una política de cuidado hacia los hijos de sus clientes en vacaciones”¹³

Definitivamente la publicidad dirigida a los niños de 5 a 10 años son productos que en la actualidad se encuentran a la moda donde los niños sienten la necesidad de obtener ese producto, suele ser publicidad no real, y muchas veces cuando el niño obtiene el producto siente decepción, porque no llega a ser como lo llegó a ver en la televisión .

En todos los hogares cuentan con una televisión ,donde podemos encontrar a niños viendo contenidos publicitarios .Los adultos no solo se preguntan si lo que están viendo es adecuado para ellos ,es importante explicarle contenidos que no entiendan en los momentos libres ,poner límites y horas para estar frente a este medio televisivo .

Estamos viviendo días de tecnología ,innovación y creatividad donde la publicidad lo que quiere es captar a nuevos grupos , los niños quieren estar a la moda ,obtener estos productos para alcanzar un nivel de popularidad y no ser excluidos de ciertos grupos de amigos ,como puede ser la discriminación , esto los puede llegar a afectar psicológicamente .

Los niños en ocasiones influyen en las compras de los padres, inducen para que les compren productos como son cereales, jugos, avenas ,incluso al momento de comer ellos prefieren lugares como KFC, McDonald ETC .

¹³<http://eprints.ucm.es/10085/1/MetodPublSocialAntonAlv.pdf> pag 88

1.5. Los Niños y la publicidad

“Como acabamos de ver, muchos de los problemas que podemos detectar en los niños y adolescentes de hoy en día –desde el exceso de comida chatarra que consumen hasta su relativa falta de compromiso personal– tienen su origen en el tipo de percepción que adquieren del mundo a través de la publicidad y de los medios de comunicación”¹⁴

Los niños reciben más publicidad que un adulto, aunque ellos prefieren jugar, el adulto a inducido al pequeño a la tecnología para enseñarle, brindando la libertad para utilizarlo y sin ningún control de horario.

Es claro que los pequeños pese a una corta edad y la ausencia de un adulto no poseen los elementos para entender estos contenidos.

Por esa razón se debe tener cautela en los mensajes que son dirigidos para estos pequeños, en otros países está prohibida la transmisión de publicidad en horario infantil.

Un pequeño no tiene la capacidad para diferenciar la persuasión y las intenciones con la que es dirigida una publicidad, ni juzgar las falsas expectativas.

La publicidad en la actualidad no solo afecta a los pequeños, sino también en un futuro, La fidelidad temprana tendrá efectos en las siguientes generaciones.

En la actualidad los niños son consumidores porque gran parte de la publicidad es dirigida para ellos, y a manejar diariamente dinero para compra de dulces y refrigerios.

¹⁴Este artículo está reproducido del libro “Nuevas Tendencias de la Comunicación” Publicitario y Profesor de Planificación Estratégica en la UCM, Antón Álvarez Ruiz, 2008, pág 11, 12.

Estos pequeños se dejan llevar por los avisos publicitarios de golosinas, y llegan a tener el deseo de adquirir el producto aunque lleguen a saber que les hace mal y sufren de obesidad.

Los niños son explotados por la publicidad en la televisión, los fabricantes de juguetes ganan millones cada año por lanzar al mercado productos nuevos para niños, aprovechan para emitir estas publicidades en temporada de navidad, fines de semanas, o vacaciones para generar beneficios económicos, y también hábitos alimenticios.

En la actualidad los pequeños son el segmento atractivo de las grandes empresas y en los anuncios, pues suelen ser una fuerte influencia en las decisiones de compra en los padres.

Las empresas han comprobado que desarrollar la lealtad y fidelidad hacia unas marcas a edades tempranas, se obtienen mayores ganancias.

La actual generación de pequeños es la que se encuentra expuesta a los efectos psicológicos de la publicidad, en torno a los efectos dañinos que tiene la publicidad en los niños. Los niños no tienen las capacidades cognitivas de los adultos para interpretar de manera adecuada los mensajes publicitarios.

Algunos mensajes publicitarios causan en los niños agresividad, mala alimentación, y conductas discriminatorias presentando prejuicios de clase social. Los efectos acerca de las publicidades mostradas en la televisión influyen en los valores de los pequeños, en su autoestima y en la preferencia en productos.

“Los estudios que se han ocupado de los efectos de las publicidades sobre las audiencias infantiles suelen mencionar un amplio espectro de efectos, en su mayoría negativos, que se caracterizan por mostrar una mecánica de actuación bastante inmediata: el niño los absorbe inmediatamente y comienza a evidenciar estas influencias en su conducta prácticamente al instante. Pero, además, se genera otra segunda categoría de efectos que operan con mayor profundidad y cuyos efectos son más duraderos, aunque tardan más en asentarse en la mente del niño y en hacerse visibles en su conducta. Según nuestras referencias, estos efectos han merecido un interés menor por parte de investigadores y estudiantes de la comunicación. Por eso deseamos introducirnos en ellos y relacionarlos con el papel que desempeña”¹⁵

Los efectos que se dan en los niños a través de la publicidad, en una conducta no adecuada agresiva, esto ha llevado a realizar arduas investigaciones, cuyos comportamientos afectan en la socialización, al momento de relacionarse con sus compañeros, mostrándose a la defensiva.

¹⁵Este artículo está reproducido del libro “Nuevas Tendencias de la Comunicación” Publicitario y Profesor de Planificación Estratégica en la UCM, Antón Álvarez Ruiz, 2008, pág. 2

1.6. Como influye la publicidad a los niños

Se discute el tema de la publicidad como porque es dirigida en múltiples sentidos para campañas de drogas, medio ambiente, promociones de productos etc.

Se dice que la publicidad aumenta la venta de los productos, que ínsita a los deseos de las personas, que se logra llegar con información al consumidor.

La publicidad ejerce sobre los menores de edad en factores como: necesidades, satisfacción, beneficios, ventajas, desventajas, peligros etc.

Sin duda, la importancia de los niños como público para las campañas de publicidad y para el medio televisión ha cambiado notablemente. Antes el niño era una parte más de la audiencia, y no una de las más significativas desde el punto de vista de rentabilidad. Pero durante la última década, esta situación ha cambiado notablemente por la influencia de dos factores que no dejan de crecer y que, hoy por hoy, parecen estar lejos de llegar a su techo. El primero es la renta disponible del niño para realizar compras personalmente. La segunda es la capacidad de influencia que el niño ostenta sobre las decisiones de una parte importante del gasto familiar.¹⁶

Analizar a las publicidades sobre sus influencias, es intentar calibrar las diferencias que lo hacen beneficioso o perjudicial.

Sabemos que el concepto de la publicidad es comunicar o informar un mensaje al consumidor sobre algún servicio o producto, persuadir para que la compre con fines comerciales.

Podemos decir que la publicidad desea persuadir a potenciales compradores y satisfacer sus

¹⁶Este artículo está reproducido del libro “Nuevas Tendencias de la Comunicación “Publicitario y Profesor de Planificación Estratégica en la UCM, Antón Álvarez Ruiz, 2008, pág 5.

necesidades sobre algún producto.

Al analizar las estrategias que se utilizan para persuadir, la seriedad y realismo de la información que se trasmite al consumidor.

El comportamiento de los medios es muy importante ante la forma de transmitir un mensaje, se debe trabajar con ética y asumir la responsabilidad de la información que se comunica.

No resulta sorprendente que, cada vez de una forma más evidente, las ofertas y las imágenes utilizadas en las campañas de publicidad de productos o servicios destinados a toda la familia, se dirijan preferiblemente al público infantil, o reclamen la opinión de éstos. Proponemos al nuestros lectores el sano ejercicio de tratar de descubrir estas actuaciones, especialmente en los anuncios emitidos en televisión.¹⁷

En la actualidad somos manipulados por la publicidad, aunque seamos conscientes de la realidad, cada vez existen más técnicas para persuadir a futuros clientes.

Hoy en día se deben respetar la normativas necesarias que enmarcan al utilizar a un menor en una actividad publicitaria dentro de parámetros éticos y responsables.

La psicología con la que trabajan las grandes empresas de publicidad permite no solo crear productos y estrategias dirigidas para los pequeños sino que, crean necesidades para satisfacer, buscar técnicas para llevarlos al consumo.

La publicidad dirigida a niños puede traer consecuencias, el pequeño puede interesarse y atender al mensaje, siendo incapaz de diferenciar la realidad de la fantasía, aceptando como cualquier cosa que se transmita.

La credulidad de los pequeños puede ser una estrategia de la publicidad de esta manera será más fácil manipularlos y hacer, entonces donde queda la ética profesional.

Se puede afirmar que la publicidad puede ejercer una gran influencia en el comportamiento de los niños, incluso mayor que en un adulto.

Debemos saber que no solo es la publicidad, sino la televisión en general, el cual se encuentra frente al pequeño, armar una idea de lo que es nuevo, pero algunos de estos contenidos puede

¹⁷Este artículo está reproducido del libro “Nuevas Tendencias de la Comunicación “Publicitario y Profesor de Planificación Estratégica en la UCM, Antón Álvarez Ruiz, 2008,pág. 8.

llegar a nociones erradas.

Los contenidos dirigidos a niños deben ser para educar, temas de cultura, creencias, conocimientos e información ya que serán de gran ayuda para su formación educativa.

Hay que aprovechar el impacto que tiene la publicidad hoy en día para beneficio de los niños, concientizar a las empresas publicitarias de “vender” ideas constructivas, que los mensajes que transmitan sean analizados y no tratan de inducir indirectamente a los pequeños a productos dañinos para su salud .

Que los medios de comunicación sean cautelosos al transmitir las publicidades en horarios no adecuados o en espacios de programas infantiles, estudiar las diferentes técnicas de persuasión utilizadas en las publicidades y propagandas, analizar la promesa y los beneficios reales de los productos ,trabajar con ética profesional, ser responsables de lo que presentamos en la Televisión .

“Pero centrándonos en otros efectos más inmediatos que suscitan la publicidad en el público infantil, veremos que la industria publicitaria al materializar los objetivos de marketing de los propios anunciantes, despliega una doble influencia: una directa, ejercida a través de los contenidos y modelos mostrados en los anuncios. Y este no es un influjo en modo alguno despreciable: hablando en términos cuantitativos, se calcula que los niños de nuestro país visionan al año unos 20.000 anuncios comerciales en el medio televisivo”.¹⁸

Sin duda las empresas utilizan doble influencia, en niños para inducir a la compra de los padres, y en el adulto en convencerlo que el producto es el mejor en el mercado, los pequeños empiezan a sentir preferencias por algún tipo de producto.

La libertad que los padres brindan a los niños para manipular aparatos tecnológicos donde pueden estar vulnerables a cualquier tipo de publicidad en, radio, televisión, Tablet, celulares, computadoras, donde tiene cuentas en redes sociales, y se exponen a adquirir contenidos no adecuados.

En la actualidad las empresas utilizan las redes sociales para bombardéalas de publicidad, por estudios realizados, niños y adultos pasan horas frente al computador revisando cuentas como Facebook, twitter, Instagram, etc.

Esto es algo que ya se ha reclamado innumerables veces, y nuestras reflexiones sobre los

¹⁸Este artículo está reproducido del libro “Nuevas Tendencias de la Comunicación”Publicitario y Profesor de Planificación Estratégica en la UCM, Antón Álvarez Ruiz,2008,pág.4

efectos de la publicidad y los más media redundan en ello: es necesario que los padres les dediquen más tiempo y atención a sus niños, especialmente cuando éstos están expuesto de forma tan intensiva a los medios de comunicación –incluimos aquí las videoconsolas y el acceso al internet que, como hemos comentado antes, resultan equivalentes–.¹⁹

Los niños jóvenes y adultos, permanecen una gran parte de tiempo en el internet, incluso podemos ver a niños de 8 años en redes sociales.

Los padres desde muy pequeños les enseñan a manipular aparatos tecnológicos, para mantener entretenidos a los niños, y así ellos ocupar su tiempo en otras actividades .

Desde pequeños aprenden a manipular la televisión ven contenidos en cualquier canal, desde corta edad tienen alguna red social, se encuentran expuestos a cualquier contenido o publicidad emitida.

Los padres son un elemento muy importante en esta situación, mayor parte el cuidado depende de ellos, de las reglas, normal, límites que apliquen a los niños.

El comentario crítico que los padres les hagan a sus hijos sobre un determinado anuncio o sobre los contenidos de un programa revertirá muy favorablemente la situación, ofreciéndole al niño una contra pauta de actuación y mostrándole la forma de analizar, comprender y responder a las propuestas de los medios de masas. También los hermanos mayores del niño pueden ejercer este papel; en realidad siempre es mucho más formativo que el niño no esté expuesto totalmente solos a los medios de comunicación.²⁰

¹⁹Este artículo está reproducido del libro “Nuevas Tendencias de la Comunicación” Publicitario y Profesor de Planificación Estratégica en la UCM, Antón Álvarez Ruiz, 2008, pág.12.

²⁰Este artículo está reproducido del libro “Nuevas Tendencias de la Comunicación” Publicitario y Profesor de Planificación Estratégica en la UCM, Antón Álvarez Ruiz, 2008, pág.12.

1.7. Violencia de los programas de televisión.

La violencia en la televisión, es una situación a la que nos encontramos expuestos diariamente, aunque lo que perciba el receptor puede ser interpretado de diferentes maneras.

El desarrollo que ha tenido la televisión en los últimos años ha ocasionado efectos negativos, especialmente a los más pequeños.

Se demostrado un dirección directa entre la violencia que muestra la televisión y la agresividad de los niños.

Los rumores y especulaciones que se dan, sobre si la televisión es en cierta forma la causante de actos de agresividad en los niños.

“Los efectos que la violencia de la programación televisiva provocaba en las actitudes y/o conductas de adultos y niños.”²¹

Uno de los problemas es que los niños dedican un mayor número de horas a ver la televisión y en fin ,pasan cada día más tiempo frente a la televisión ,prefieren ver programas violentos de peleas ,acción, ficción .

Existen estudios donde se evidencia que viendo programas de contenido violento incrementa las probabilidades de que los niños se comporten de manera agresiva.

²¹Televisión violencia e infancia ,María del Carmen García Galera, 2000, pág. 13.

Actos de violencia pueden ser físicos, violencia contra personas, mentales psicológica o emocional, el miedo, verbales agresivos mediante el lenguaje, entonación términos que se utilizan.

Se puede clasificar de dos formas que se muestre una clara manifestación de agresión física o verbal amenazas, terminados no adecuados.

Una alternativa para clasificar la violencia en la televisión es saber cómo perciben o interpretan los niños la violencia en la televisión.

Algunos niños ven más programas que contiene violencia que otros y reacciona con más fuerza hacia determinadas imágenes de violencia.

La violencia televisiva más vista es la violencia no real, de carácter físico y que se muestra creíble al niño, mostrando un mundo de ficción.

El niño se encuentra habituado a los programas con contenido de fantasía y agresión, peleas etc, este hecho provoca interés y atracción hacia el mismo.

“Los productores o guionistas de las series o películas destinadas a este medio de comunicación se ven a la necesidad de buscar nuevas escenas cada más reales ,más gráficas , , con el objetivo imperioso de conseguir atraer la atención del espectador”²².

Bajo el género de comedia, se encierran programas cuyo contenido encierran escenas de violencia que llegan a resultar divertidas para los receptores.

Esto ocurre con frecuencia en los dibujos animados o en series dirigidas a la audiencia infantil, esto puede producir que el niño perciba como diversión la violencia.

Y que la aplique en la vida diaria, para algunos niños la violencia es considerada como entretenida y provoca sensación agradable a los niños.

Este tipo de programas lleva a ciertos niños a utilizar la violencia en la sociedad, de forma que, se justifica la violencia en lugar de recurrir a otras alternativas no agresivas.

²² Televisión violencia e infancia, María del Carmen García Galera, 2000, pág 26.

De esta manera, el estar expuestos a menudo a este tipo de mensajes agresivos ,hay más probabilidades de que el niño llegue a creérselo ,y así utilicen la violencia para conseguir aquello que desean .

1.8. Los efectos de la violencia televisiva en los niños.

“Es un hecho que la televisión, en líneas generales, ejerce una importante influencia sobre los comportamientos de la audiencia o, sobre su forma de pensar .Así mismo, hemos dejado patente que existe violencia en la pequeña pantalla, es decir, que gran parte de la programación que en ella se emite contiene actos de violencia, tanto físicos y verbales”²³

Quienes son los verdaderamente afectados por la violencia de la televisión, todos sin excepción vemos o hemos visto programas cuyos personajes utilizan violencia de manera constante.

Lo que se transmite en la televisión gira en torno a la posible relación entre los contenidos agresivos, y la violencia que se da en la sociedad.

Sera que “ver “causa el “Hacer” y el ver violencia significa tener una conducta o comportamiento agresivo en la vida diaria.

Tal vez la personalidad agresiva, altanera o carácter fuerte del niño lo que lleva a ver más programas de este tipo.

La violencia de la televisión influye sobre las creencias, actitudes y comportamientos de la audiencia infantil, algunos de ellos serán más sensibles que otros en este tipo de efectos.

Esa violencia en la televisión tiene mayor influencia sobre aquellos pequeños que cuentan con un cierto grado de agresividad.

²³Televisión violencia e infancia ,María del Carmen García Galera, 2000, pág 29.

Es decir con predisposición a la violencia en el comportamiento, al momento de tratar con su familia, amigos y compañeros de la escuela.

Existe una cierta tendencia en los pequeños de carácter agresivo a preferir programas televisión con contenido de luchas, peleas ficción etc.

Los niños pueden recordar con facilidad lo que ven en la televisión, y si se encuentran en una situación similar a aquella que han visto.

Pondrán en práctica lo observado y visto de los personajes cuyo temperamento es grotesco y agresivo, actuando de una manera no adecuada

Existe una relación entre ver contenidos violentos en la televisión y las reacciones violentas los pequeños, los programas de contenido violento continúan siendo los más visto por los niños.

Sigue siendo lo más populares y preferidos por los pequeños, los más demandados por la audiencia entonces que hacer si estos tipos de programas son los que atraen a la audiencia.

“En este sentido, considera que la violencia implica conflictos o sensaciones de diverso tipo, los cuales constituyen un importante ingrediente de alto valor de entretenimiento”.²⁴

Los programas con contenidos inadecuados transmitidos en la televisión, no deberían ser una experiencia divertida o entretenidas para los pequeños.

Los padres le enseñan a los pequeños, a defenderse y no dejarse golpear de otros niños, y aplican sus tendencias agresivas.

Cualquier efecto que provenga de ver imágenes agresivas o violentas o escuchar un vocabulario inadecuado, deberían suponer la aparición de sentimientos desagradables

La violencia en la televisión en una realidad a la que no podemos cerrar los ojos, este tipo de actitudes la aplican ciertos sectores de la audiencia infantil.

²⁴Televisión violencia e infancia, María del Carmen García Galera,2000,pág 33.

En la actualidad, se presenta como una necesidad dar a la audiencia infantil estímulos más fuerte para conseguir atraer y mantener su atención.

“Se habla de efectos de televisión a nivel cognitivo cuando los contenidos de este medio de comunicación influyen o configuran las creencias y opiniones de los individuos sobre el mundo que les rodea “.²⁵

Se plantea el hecho que la televisión con su trasmisión habitual de imágenes de violencia, en el contexto real ficticio, puede tener un mayor impacto que cualquier otra información en sus creencias o ideologías.

Prestemos especial atención al papel que juega la televisión en la vida diaria de los niños, y en sí ,y los efectos que según numerosos estudios ocasiona en los pequeños .

En la actualidad los niños pasan un largo tiempo frente al televisor observando imágenes violentas que influyen en su desarrollo social, en su comportamiento diario.

La violencia física y verbal o imágenes no adecuadas, en la que los niños se encuentran expuestos en la televisión, dará como resultado actitudes negativas

Los niños son sin duda el segmento que se presenta por mayor vulnerabilidad ante los contenidos violentos, la televisión desempeña un papel importante en el desarrollo de los valores conductas e interacciones sociales.

Ciertos programas de televisión infantil despierta en los pequeños el deseo de imitar y ser como sus personajes favoritos.

Los niños que a la edad de 8 años veían un alto grado de violencia en la televisión, como resultado de esto mostraban cuando alcanzaban una edad adulta, un comportamiento violento y un vocabulario grosero.

Los niños que a menudo ven estos programas o dibujos animados son propensos a entrar en confrontación con sus amigos y a jugar de una manera violenta.

²⁵Televisión violencia e infancia ,María del Carmen García Galera,2000,pág 51

La televisión puede producir en los pequeños efectos tanto beneficiosos como perjudiciales, dependiendo de la naturaleza del programa visto, los niños al ver estos contenidos que son dirigidos para jovencitos puede que influya en el proceso de socialización de ellos.

No se puede olvidar que los niños de hoy en día tienen un alcance al medio televisivo a una edad muy temprana y con mayor facilidad de lo que la tenían sus padres y abuelos.

La televisión en la actualidad constituye ser una parte elemental de la vida diaria de los niños, llega ser indispensable para ellos, el hecho que el medio televisivo satisface diversas necesidades de la audiencia infantil como entretener, educar, compañía, relajar. La principales razones por la que el niño pasa frente al televisor son: el placer de estar entretenido, la televisión ofrece un mundo de fantasías, el cual el niño puede escaparse del mundo real y de los problemas que los rodea.

El obtener información, por ejemplo de cómo deben, se, se, socializar, los alimentos que deben ingerir ,culturas etc.

Los niños prefieren ver la televisión para, pasar el tiempo, aprender ,sentirse acompañados ,escapar ,sentirse estimulados ,relajarse .Al niño le gusta pasar el tiempo viendo la televisión ,pero que esta le entretenga ,por esta razón ,los niños muestra preferencias por programas emocionantes ,divertidos y buenos .

Los motivos que conducen al niño a ver la televisión, coinciden en destacar el hecho que le niño aprende algo cuando ve la televisión.

La televisión puede proporcionar ideas nuevas, enseñar, mostrarles aquello que está bien o está mal.

“Cuando el niño esta solo o se siente solo, enciende el televisor, de forma que puede viajar con los personajes que aparecen en pantalla las aventuras que difícilmente podría compartir con otros amigos “. ²⁶

“La actitud hacia la violencia forma parte del proceso de socialización del niño. Es decir, algunas familias pueden inculcar en sus hijos la necesidad de recurrir a la violencia como una forma de supervivencia en la sociedad o como el único camino para demostrar superioridad ante los demás .Esta adquisición de valores, nomás y creencias sobre la violencia es fundamental para el

²⁶Televisión violencia e infancia, María del Carmen García Galera,2000,Pág 67.

desarrollo social e intelectual de la infancia”.²⁷

Existe entre los más pequeños a imitar aquello que ven en la televisión, lo que para ellos es modelo de conducta y que se le transmite continuamente en los programas infantiles.

Para los padres en un alivio que sus hijos estén viendo la televisión, prefiriendo que estén en casa que en cualquier otro sitio. Las consecuencias de que el pequeño pase muchas horas frente a la televisión es que descuida sus obligaciones diarias.

Existen otras variables como la edad, el sexo, clase social, o el nivel de interpretar del niño ,esto determina el grado de influencia de la televisión en el comportamientos del pequeño. La mayoría del tiempo que la televisión se encuentra encendida no se encuentra nadie, incluso cuando se encuentra el niño físicamente en la habitación, en ocasiones se encuentran haciendo otras actividades.

Los niños prestan más atención que las niñas a los dibujos animados, mostrando mínimas diferencias de atracción a mucha violencia, mucha acción, y las niñas prestan mayor atención a los programas de menos acción y violencia

Los niños no pueden diferenciar la realidad, de la fantasía, es decir, si las historias que se les presenta suceden realmente en el mundo o son argumentos de un mundo de ficción y fantasías.

Un realismo social, si las personas, lugares y hechos presentados en la televisión son iguales a los de la vida real, si son creíbles si se puede aprender algo de la información y los personajes trasmitidos.

“La creencia de algunos niños de que la televisión tiene un alto contenido de realidad suele estar relacionada con el gran número de horas que pasan viendo programas de televisión, especialmente, dibujos animados, comedias y programas de violencia y aventuras”.²⁸

Los contenidos reales o ficticios, aquel contenido que se considera como real por el niño y se interpreta como tal, independientemente de su naturaleza .Tiene más probabilidades de ser tomado como modelo de comportamiento que otro contenido o personajes se consideran irreales

²⁷Televisión violencia e infancia, María del Carmen García Galera, 2000, pág. 75,76.

²⁸Televisión violencia e infancia, María del Carmen García Galera, 2000, pág. 128.

o ficticias.

La percepción de un determinado parecido con un personaje de la televisión se produce cuando se comparten características como género, etnias, clase social y edad.

La semejanza que el niño encuentra entre el personaje y la televisión y el mismo le lleva a prestar una mayor atención a los contenidos que está viendo y a recordarlos con mayor facilidad. Además del parecido podríamos denominar físico o social los niños también pueden verse reflejados en el personaje como consecuencia de una identificación como la personalidad del mismo.

En ocasiones los niños ven a los personajes de la televisión como individuos que a ellos le gustaría ser.

Las imágenes y contenidos de la televisión convierten a esta en un medio dotado para promover este deseo de identificarse con los personajes.

El efecto de querer ser como algunos personajes de la televisión o poseer alguna de sus destacadas características se observa en el hecho de que los niños de todas las edades tienden a imitar las apariencias físicas y comportamientos de los personajes a quien ellos admiran.

Existe una relación entre la forma en que los niños dicen que actuarían en una determinada situación, y como ellos creen que actuarían sus personajes favoritos .los personajes de la televisión se convierten en modelos de conductas para a la audiencia infantil.

“La tendencia a imitar a personajes de la televisión puede observarse que los niños y niñas que se entretienen jugando imitar a sus personajes favoritos de la televisión siempre”.²⁹

La diferencia en los comportamientos de niños y niñas a la hora de imitar a personajes de la televisión, Los porcentajes en ambos casos son prácticamente iguales.

Los programas violentos tienen un mayor seguimiento por parte de la audiencia infantil que aquellos otros programas con argumentos no violentos.

Siendo los pequeños los que sienten mayor atracción hacia los programas de contenido violento que las niñas.

²⁹Televisión violencia e infancia, María del Carmen García Galera,2000,pág 169.

Pasan más tiempo jugando con videojuegos y en internet cualquier aparato tecnológico expuestos a juegos de peleas, esto lleva a los niños a recurrir a la violencia como forma de solucionar los conflictos.

La capacidad de distinguir la realidad de la ficción, o considere ciertos contenidos violentos de la televisión como violentos o no, juega u papel fundamental e influye de manera determinante en los efectos que estos contenidos les provoca.

Los pequeños confunden la serie no violenta de ficción con una escena real, existe un riesgo de que los niños imiten en mayor medida los comportamientos de los personajes de la televisión y que en definitiva, llevan a sus vidas lo que ven en la televisión.

Los contenidos que contienen mayor número de actos físicos y verbales de violencia, constituyen uno de los géneros de mayor seguimiento y dedican mayor número de horas.

1.9. Ley de Comunicación

Según la función Legislativa Asamblea Nacional Ley de Comunicación “Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos”.³⁰

Indica que los medios de comunicación difundirán contenidos de calidad que deberán ser revisados antes de ser transmitidos en el medio de comunicación, deben ser de carácter informativo, educativo, que aporte a la cultura e instruya a los niños. Se debe difundir los valores y derechos que tenemos los seres humanos y de manera que no afecte el comportamiento de los niños, que sea de aporte formativo para el bienestar de los pequeños.

La Asamblea Nacional Ley de Comunicación en el “ Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna. Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la re victimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros. La re victimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral.”³¹

Proteger a los niños y niñas adolescentes y dar el derecho a la expresión de sus ideas ,pensamientos de sus acciones de lo que quieren , de tener la libertad de expresar sus ideas ,lo que piensan ,se debe ser comprensivo con los sentimientos ya que ellos llegan a ser muy sensibles y vulnerables antes una situación ,aunque no resulta fácil la comunicación de los

³⁰(Asamblea Nacional).(2013) ,Ley Orgánica De Comunicación ,pág 3.

³¹ (Asamblea Nacional). (2013) ,Ley Orgánica De Comunicación, pág.8.

padres con los pequeños se debe atender sus emociones ,la protección integral a violencia sexual ,física ,que afecte al niño psicológicamente ,problemas intrafamiliar etc.

La Ley de Comunicación expide lo siguiente en el “Art. 19.- Responsabilidad ulterior.- Para efectos de esta ley, responsabilidad ulterior es la obligación que tiene toda persona de asumir las consecuencias administrativas posteriores a difundir contenidos que lesionen los derechos establecidos en la Constitución y en particular los derechos de la comunicación y la seguridad pública del Estado, a través de los medios de comunicación. Sin perjuicio de las secciones civiles, penales o de cualquier otra índole a las que haya lugar”.³²

Asumir la responsabilidad y consecuencias de los contenidos que se emiten, proteger los derechos establecidos, con el único propósito de no perjudicar ninguna acción civil ,y de esta manera recordar que debemos ser responsables de nuestras acciones. Debemos hacer conciencia de los perjuicios y efectos que se ocasionan al transmitir un contenido no adecuado, es una obligación el ser responsables de lo que se transmite.

El reglamento de la Ley de comunicación nos dice en el “ Art. 61.- Contenido discriminatorio.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por contenido discriminatorio todo mensaje que se difunda por cualquier medio de comunicación social que connote distinción, exclusión o restricción basada en razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad o diferencia física y otras que tenga por objeto resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, o que incite a la realización de actos discriminatorios o hagan apología de la discriminación.”³³

Los contenidos discriminatorios serán los mensajes de identidad ,genero, Cultura ,estado civil ,idioma ,religión .ideologías, política ,migración ,orientación sexual ,condición de salud .portador de algunas enfermedad ,discapacidad ,o diferencias físicas ,derechos humanos establecidos por la constitución .

Este artículo prohíbe los contenidos que haga relación a la discriminación, el control de

³²(Asamblea Nacional). (2013), Ley Orgánica De Comunicación, pág. 5.

³³ (Asamblea Nacional).(2013) ,Ley Orgánica De Comunicación ,pág 12.

elementos publicitarios o de propaganda que muestren lo antes mencionado en vías o espacios públicos.

La Ley de comunicación menciona lo siguiente “Art. 62.- Prohibición.- Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menos cabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. Se prohíbe también la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación que constituyan apología de la discriminación e incitación a la realización de prácticas o actos violentos basados en algún tipo de mensaje discriminatorio”.³⁴

Se encuentra totalmente prohibida la transmisión de contenidos discriminatorios, que incida a los pequeños a la violencia mediante algún mensaje, en ocasiones no se dan cuenta que lo que difunden genera en los niños una actitud no adecuada como la agresión, peleas, entre otros. Los medios de comunicación deben ser más cautelosos en la forma de transmitir los programas y las publicidades, que los contenidos transmitidos sean de acuerdo a la edad, y en horas adecuadas.

Según la Ley de comunicación especifica lo siguiente “Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias. Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad comercial y los mensajes del Estado: 1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación “A”: Apta para todo público; 2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y, 3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir programación clasificada con “A”, “B” y “C”: Apta solo para personas adultas. En función de lo dispuesto en esta ley, el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación establecerá los parámetros técnicos para la definición de audiencias, franjas horarias, clasificación de programación y calificación de contenidos. La adopción y aplicación de

³⁴(Asamblea Nacional).(2013) ,Ley Orgánica De Comunicación ,pág. 12.

tales parámetros será, en cada caso, de responsabilidad de los medios de comunicación”.³⁵

Por medio de la ley de comunicación se exige una clasificación de audiencia según los horarios. Está establecido tres tipos, tomando en cuenta los mensajes publicitarios, y de esta manera separar la franja horaria para evitar que los pequeños vean contenidos no adecuados para su edad.

La Ley Orgánica de comunicación establece lo siguiente “Art. 66.- Contenido violento.- Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza. Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo 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 esta obligación”.³⁶

Se considera contenido violento donde se muestre, peleas, golpes, destrucción daños físicos a cualquier persona solo podrán ser transmitidos en la franjas de responsabilidad compartida adulto, eso está dispuesto por la ley, estos mensajes pueden afectar los valores positivos que se intenta inculcar a los pequeños, todo dependerá del control de los padres que tengan en el hogar.

Lo establecido por la Ley de comunicación es lo siguiente “Art. 67.- Prohibición.- Se prohíbe la difusión a través de los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso. Queda prohibida la venta y distribución de material Pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo 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 esta obligación, sin perjuicio de que el autor de estas Conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral”.³⁷

³⁵ (Asamblea Nacional).(2013) ,Ley Orgánica De Comunicación ,pág. 12.

³⁶(Asamblea Nacional).(2013) ,Ley Orgánica De Comunicación ,pág. 13.

³⁷ (Asamblea Nacional).(2013) ,Ley Orgánica De Comunicación ,pág.13.

La Ley de comunicación establece que se prohíbe la transmisión de contenidos que muestren violencia, odio, religioso, queda prohibida el material de pornografía que se facilite a los menores de 18 años, si no se cumple con lo establecido en el artículo se sancionara y debe responder judicialmente por los actos cometidos, y los perjuicios causados.

Se ha logrado erradicar un poco los mensajes que muestren violencia, pero hay que luchar para evitar que estos contenidos sean transmitidos, nos estamos convirtiendo cómplices ante esta situación

Lo que establece la Ley de comunicación es que “Art. 68.- Contenido sexualmente explícito.- Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos. Los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación”.³⁸

Todo los contenido sexualmente deberán ser transmitidos en franja horaria para adultos y, la franja horaria de responsabilidad compartida, el incumplimiento de lo establecido será sancionado por cada ocasión que sea incumplido este artículo, la publicidad quiere captar la atención del consumidor y lograr que compren el producto que se está mostrando. Buscan técnicas creativas e innovadoras utilizando el sexo y el erotismo primero se utilizaba para promocionar productos de belleza, higiene femenina, y algunos productos dirigidos para el hombre, pero en la actualidad se recurre a la idea del sexo como en gaseosas, vestimenta, alimentos, ahora se pueden ver spot que inciten a la sexualidad y la provocación.

³⁸(Asamblea Nacional).(2013) ,Ley Orgánica De Comunicación ,pág. 13.

Según la Ley de comunicación Art. 69.- Suspensión de publicidad.- De considerarlo necesario, y sin perjuicio de implementar las medidas o sanciones administrativas previstas en esta Ley, la Súper intendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, mediante resolución fundamentada, la suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa.³⁹

El artículo 69 nos indica que difusión de publicidad engañosa será sancionada y posteriormente suspendida inmediatamente en el medio de comunicación, los niños pueden interpretar de manera equivocada esta publicidad, muestran algo distinto a lo que es la realidad. Este artículo protege al consumidor a contenidos engañosos, exagerados o falsos, y elimina las estrategias injustas de la competencia ser engañado, se debe realizar conciencia sobre los efectos negativos que causa la publicidad engañosa a nuestro público objetivo, empresa y la sociedad en general .

Según lo que establece la Ley de Comunicación es “Art. 94.- Protección de derechos en publicidad y propaganda.- La publicidad y propaganda respetarán los derechos garantizados por la Constitución y los tratados internacionales .Se prohíbe la publicidad engañosa así como todo tipo de publicidad o propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos y sustancias estupefacientes y psicotrópicas. Los medios de comunicación no podrán publicitar productos cuyo uso regular o recurrente produzca afectaciones a la salud de las personas, el Ministerio de Salud Pública elaborará el listado de estos productos. La publicidad de productos destinados a la alimentación y la salud deberá tener autorización previa del Ministerio de Salud. La publicidad que se curse en los programas infantiles será debidamente calificada por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación a través del respectivo reglamento. El Superintendente de la Información y Comunicación dispondrá la suspensión de la publicidad que circula a través de los medios de comunicación cuando ésta viole las prohibiciones establecidas en este artículo o 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 reconocidos en la Constitución. Esta medida puede ser revocada por el mismo Superintendente o por juez competente, en las condiciones”⁴⁰

Se prohíbe todo tipo de publicidad engañosa, pornografía infantil, sobre bebidas alcohólicas, cigarrillos. Los medios no podrán difundir la publicidad de productos afecten la salud de las personas, que incida a la violencia, discriminación, racismo, sexismo, religión etc.

³⁹ (Asamblea Nacional).(2013) ,Ley Orgánica De Comunicación ,pág. 13.

⁴⁰(Asamblea Nacional). (2013), Ley Orgánica De Comunicación, pág. 16.

Que no sean transmitidos en espacios de programación infantil, deberá ser revisada y calificada, y la publicidad de productos de alimentación deberán ser autorizada por el Ministerio de Salud.

La propaganda busca comunicar, no la marca sino la ideología de un producto, para que el consumidor adopte algún comportamiento, opinión o ideas determinadas, el problema es cuando no se muestra en la publicidad las verdaderas cualidades reales del producto.

Esto afecta en la confianza de consumidor a la empresa, deben tener cuidado al utilizar contenidos para captar al grupo objetivo, que induzcan al error afectando lo económico y la imagen de la empresa.

CAPITULO II

2. Diseño Metodológico

2.1. El tipo y diseño de la investigación

Este estudio muestra un diseño de investigación experimental, ya que se utilizara la encuesta para obtener datos e información para poder llevar a cabo esta investigación.

Observación: Observar si los programas y publicidades que transmite Ecuador TV influyen en el comportamiento de los pequeños y si afectan de manera negativa en el comportamiento.

Descriptiva. Llegar a conocer situaciones, costumbres y actitudes de mi objeto de estudio, los hechos y fenómenos, variables, reconocer el problema, análisis el comportamiento, definir el nivel de aceptación que tendrá este proyecto.

La Investigación se establecerá tomando en cuenta los siguientes puntos:

Esta investigación será bibliográfica, ya que se tomara como referencia de trabajos anteriormente realizados información de textos.

2.2. La Población y la muestra.

La investigación se realizará en la ciudad de Manta, tomando de muestra a los padres de familia, La población que se caracteriza por actividad pesquera en crecimiento.

Delimitación de la población

El grupo objetivo será a la población de la ciudad de Manta, donde se realizara la muestra.

2.3. INSTRUMENTOS

Para conocer la problemática que existe en la sociedad sobre los contenidos que transmite la televisión se ha utilizado los siguientes instrumentos .

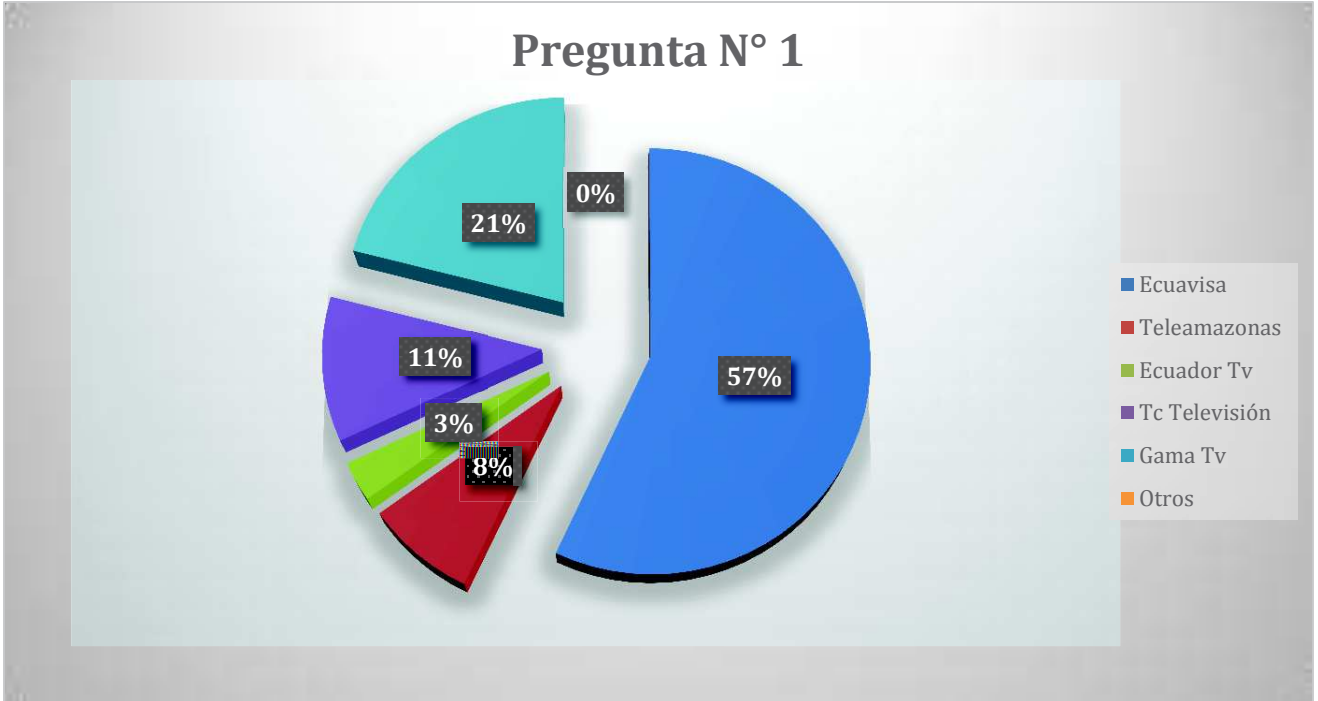
- **Entrevistas.**- Al Canal Ecuador TV
- **Encuestas.**- Los padres de familia de la ciudad de Manta.

2.4. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Objetivo: Determinar que canal de televisión prefiere la audiencia

¿Por lo general, que canal de televisión de alcance nacional sintoniza?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecuavisa	57	57%
Teleamazonas	8	8%
Ecuador Tv	3	3%
TC Televisión	11	11%
Gama	21	21%
Otros	0	0%
Total :	100	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En esta investigación podemos observar que Ecuavisa, obtuvo el porcentaje más alto de audiencia, porque contiene una programación entretenida.

Trabajando con amor, ética, dedicación brindando al público un trabajo de calidad ,las personas prefieren sintonizar este canal.

La audiencia preferirá el canal de Ecuavisa, porque no atacan a nadie, ni especulan temas recientes, respetan la privacidad de los famosos .

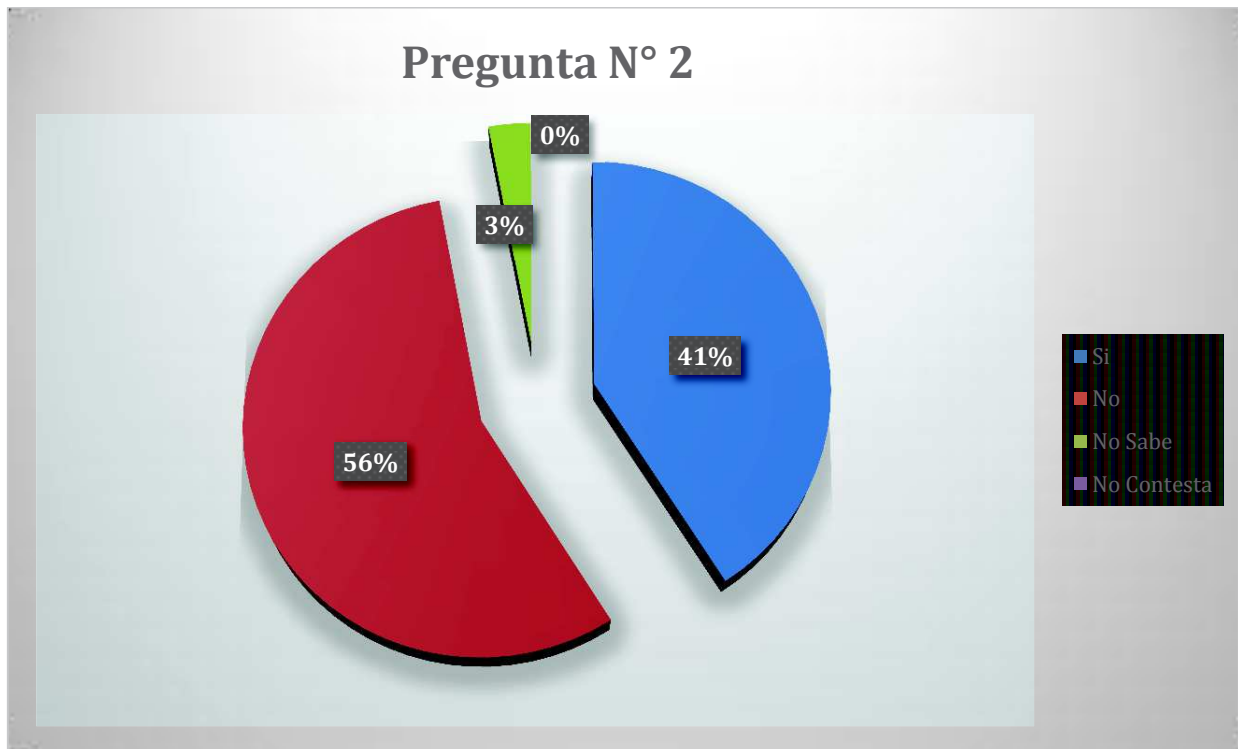
Ecuavisa principal actividad es la operación de canal de televisión privada, satisface al televidente, con presentadores preparados y programas entretenidos y educativos como el más reciente programa Pluri Tv .

Pregunta 2:

Objetivo: Determinar si la televisión ecuatoriana, transmite programas acordes para niños y si es adecuada.

¿Considera usted que en la televisión ecuatoriana, trasmite programas acordes para niños

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	41	41%
No	56	56%
No Sabe	3	3%
No Contesta	0	0%
Total :	100	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En el trabajo de investigación podemos observar que un gran porcentaje considera que la televisión ecuatoriana no transmite programas acordes para niños.

Porque los programas no son acordes para su edad, algunos muestran escenas de violencia o inciden a un mundo ficticio, en ocasiones en horario no adecuados, estos programas influyen en el comportamiento de los niños.

En la televisión debe existir un balance entre entretenimiento adecuado y programas educativos que no aburran a los pequeños.

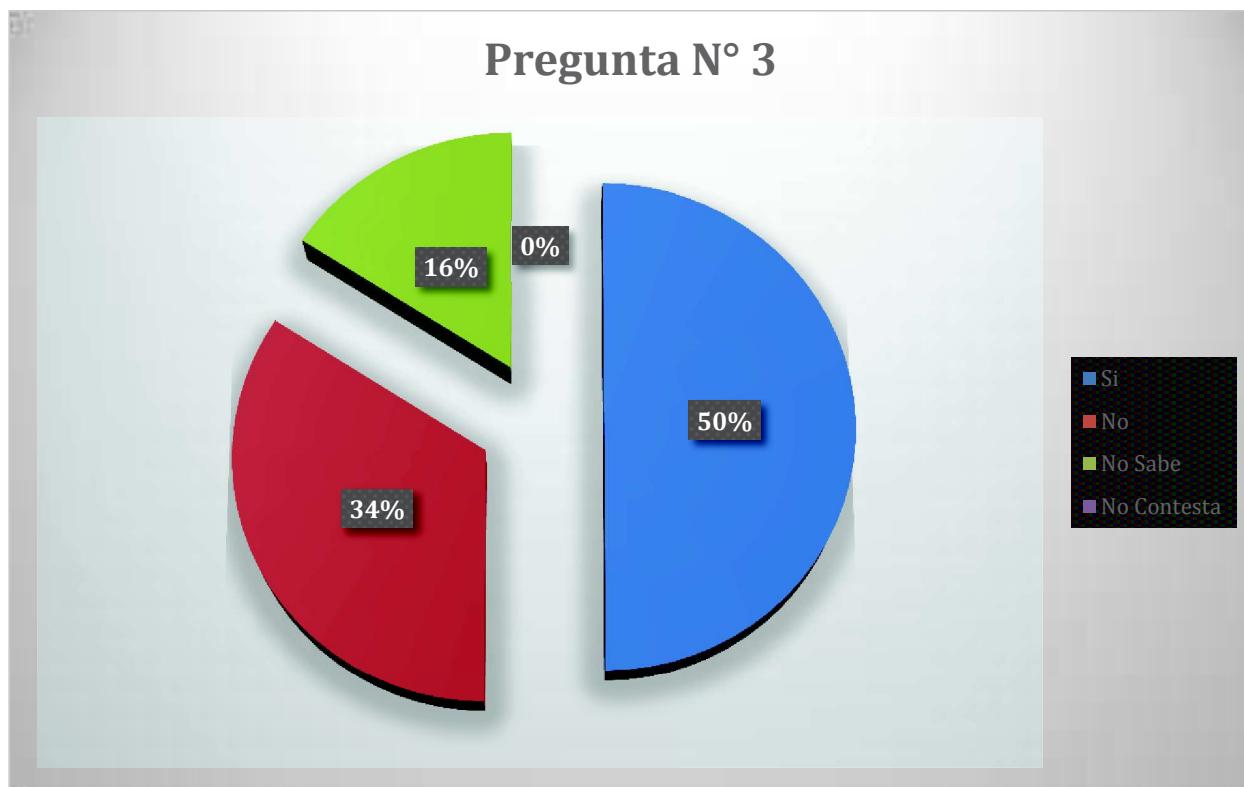
En la actualidad los niños tienen libertad para ver lo que prefieren, y si algún programa no le agrada simplemente cambian de canal, y con la diversidad de canales pueden escoger lo que más les gusta.

Pregunta 3:

Objetivo: Determinar si Ecuador Tv, transmite una programación adecuada que instruya a los niños de 5 a 10 de edad?

¿Cree usted que Ecuador TV, cuenta con programas educativos que benefician a la formación de niños de 5 a 10 años de edad?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	50	50%
No	34	34%
No Sabe	16	16%
No Contesta	0	0%
Total :	100	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Un gran porcentaje piensa que Ecuador Tv si transmite programas que benefician a la formación de los niños de 5 a 10 años, programas educativos como Educa y VEO VEO, son contenidos que instruyen a los pequeños.

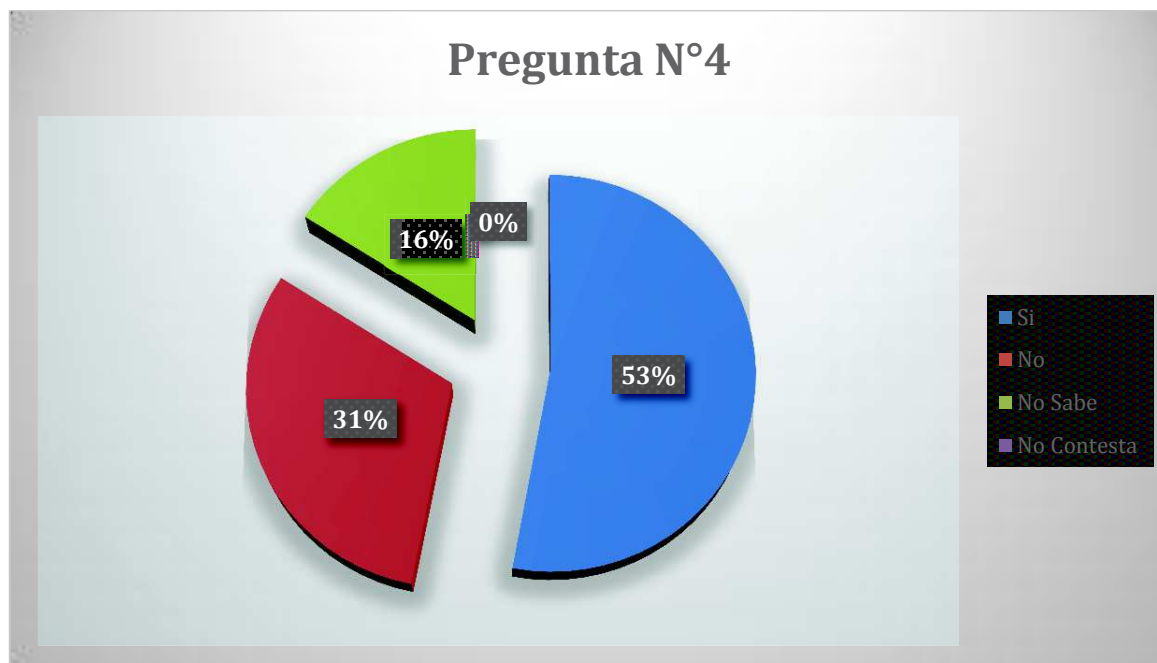
Con estos programas se desea instruir a los niños, ayudan al aprendizaje y a la formación con temas educativos.

Pregunta 4:

Objetivo: Determinar si Ecuador Tv, transmite los programas, en horarios adecuados para los niños de 5 a 10 de edad?

¿Considera usted que Ecuador TV, transmite los programas, en horarios adecuados para niños de 5 a 10 años de edad?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	53	53%
No	31	31%
No Sabe	16	16%
No Contesta	0	0%
Total :	100	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Un gran porcentaje dice que Ecuador Tv si transmite los programas en horarios adecuados para niños de 5 a 10 años, porque esto lo decreta la ley de comunicación, y deben cubrir con lo establecido,

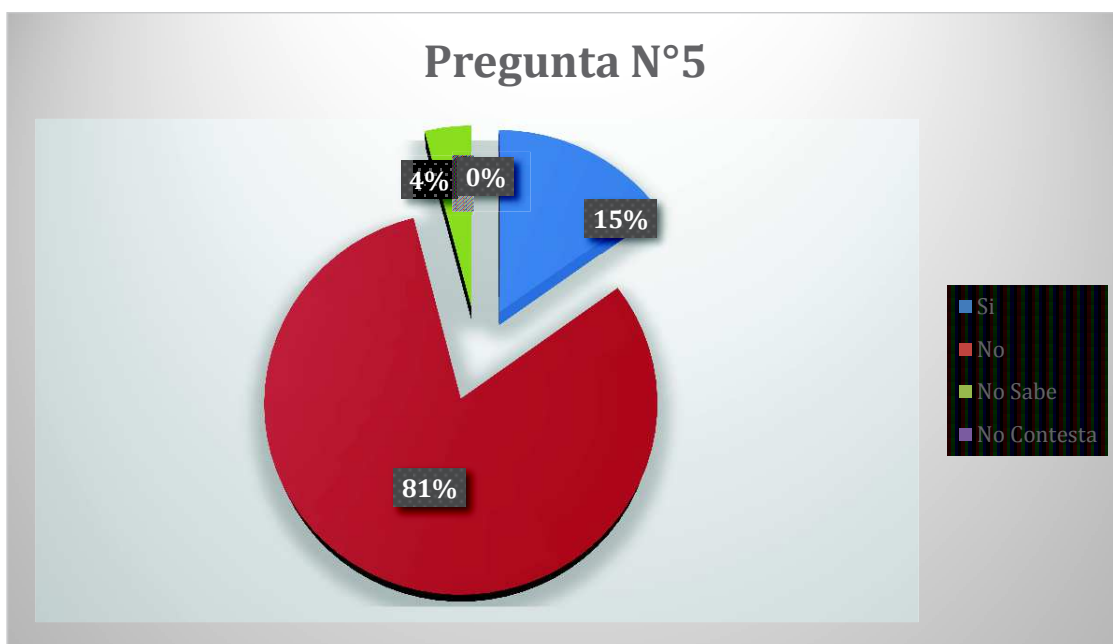
Cumpliendo con lo establecido, siendo responsables de lo que transmiten, pensando en el bienestar de los más pequeños.

Pregunta 5:

Objetivo: Determinar si las publicidades emitidas durante la programación infantil es la adecuada.

¿Considera usted que las publicidades emitidas durante la programación infantil son las adecuada?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	15	15%
No	81	81%
No Sabe	4	4%
No Contesta	0	0%
Total :	100	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Un gran porcentaje dice que las publicidades transmitidas durante la programación infantil no es adecuada, porque transmite publicidad que es dirigida para adultos en espacios de programación infantil, y están llegando al alcance de los niños.

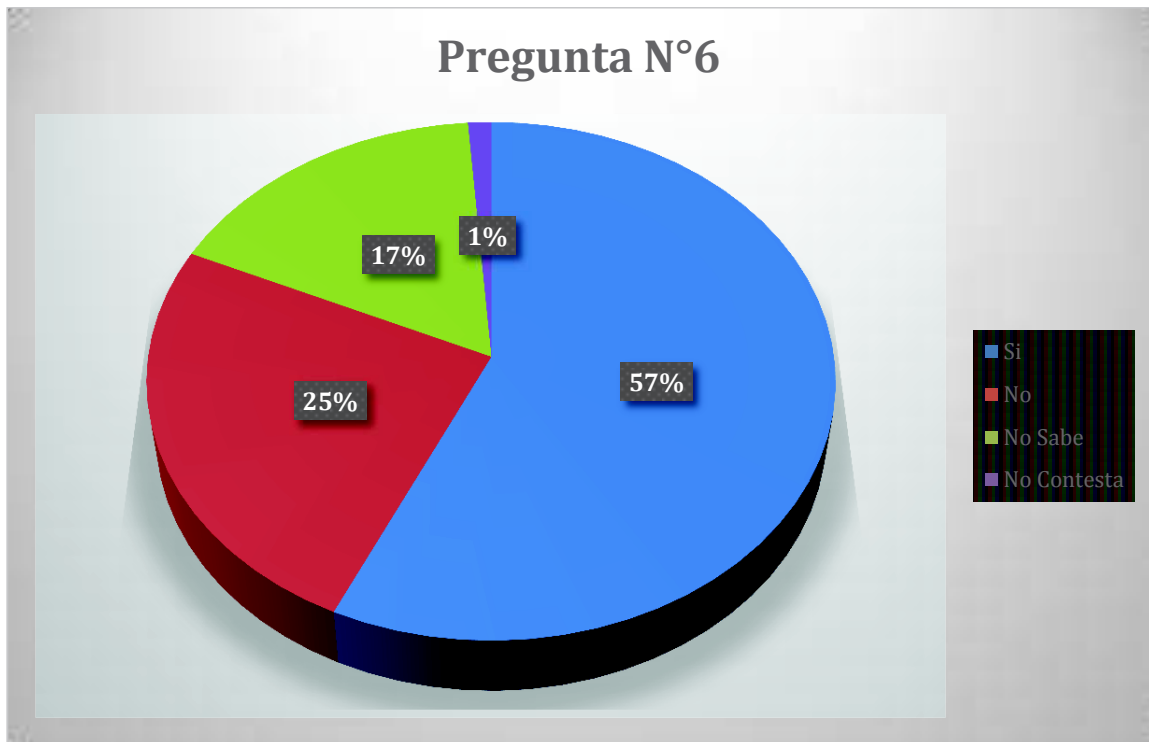
Se transmite los avances de novelas en los cortes comerciales entre programas infantiles, esto llega al alcance de los pequeños.

Pregunta 6:

Objetivo: Determinar si los programas o las publicidades que se transmiten por Ecuador Tv afectan el comportamiento de los niños de 5 a 10 años de edad?

¿Considera usted que los programas o las publicidades que se transmiten por Ecuador Tv inciden o afectan el comportamiento de los niños de 5 a 10 años?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	57	57%
No	25	25%
No Sabe	17	17%
No Contesta	1	1%
Total :	100	100%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Un gran porcentaje dice que los programas o las publicidades que se transmiten por Ecuador Tv inciden y afectan el comportamiento de los niños de 5 a 10 años, ya que algunas publicidades muestran un mundo ficticio de fantasías, y algunos programas a comportamiento no adecuado .

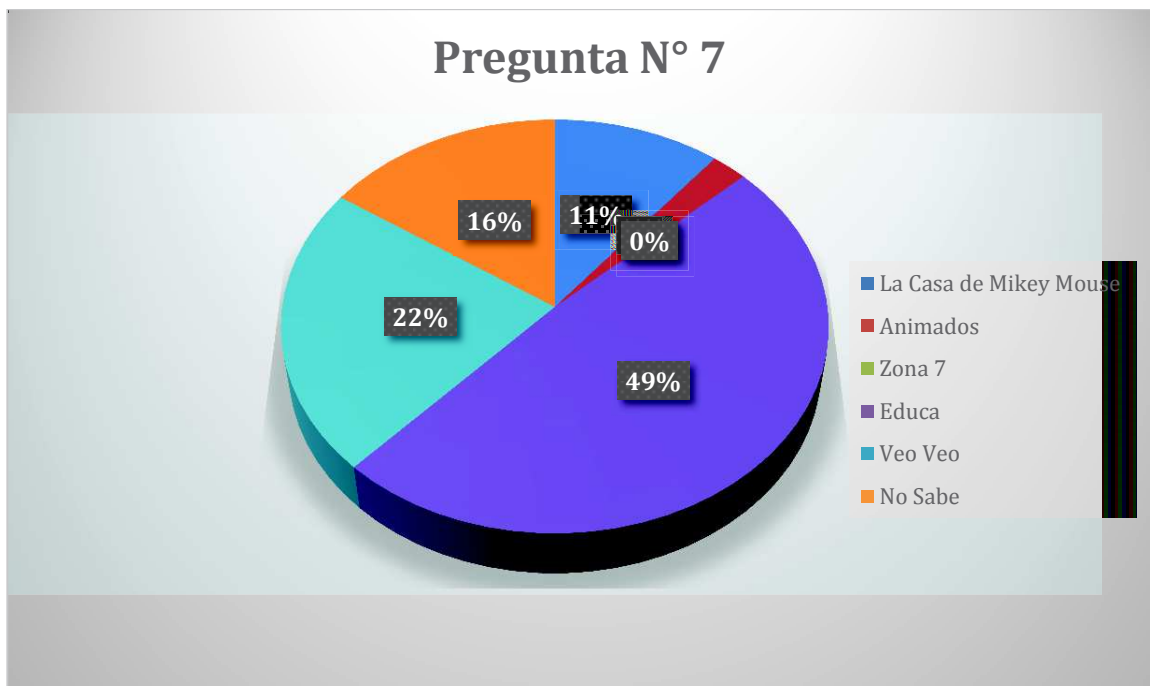
En ocasiones los niños ven programas que no son acorde para su edad ,y se encuentran expuestos a publicidad y avances de novelas .

Pregunta 7:

Objetivo: Determinar que programas de televisión ha observado en la programación de Ecuador Tv ?

¿Qué programas de televisión de los que enunciamos a continuación, ha observado usted en la programación de Ecuador TV?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Casa de Mickey Mouse	14	14%
Animados	3	3%
Zona 7	0	0%
Educa	63	63%
Veo Veo	29	29%
No Sabe	20	20%
Total :	129	129%



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Un gran porcentaje ha observado en la programación de Ecuador TV Educa ya que es un programa educativo que instruye a los pequeños y a los padres, formándolos de una manera adecuada, con temas de intereses culturales .etc.

Programas que ayudan en la educación de los niños, con temas para la formación y la preparación de los más pequeños.

2.5. Entrevista a Medio de Televisión

Nombre: Abraham Verduga.

Sexo: Hombre

Trabajo: Jefe de Noticias en Ecuador Tv

Pregunta 1 :

El Canal de televisión que usted representa tiene horario infantil entre edades de 5 a 10?

Si tenemos una franja infantil importante, de hecho yo creo que Ecuador Tv Como televisión pública es el canal que más espacios infantiles les ofrece a la ciudadanía . Sobre todo en la mañana tenemos una franja importante, en la tarde también alternamos espacios informativos dando cabalidad a también a espacio infantil Zona 7 se llama nuestro espacio Infantil.

Pregunta: 2

Que publicidades transmite durante los programas dirigidos para niños?

Publicidades como saben somos televisión pública no estamos sometidos mucho a la presión de la publicidad tampoco nos sometemos al rating, entonces se manejan publicidades muchas cuñas de entidades estatales, pero en todo caso publicidad nociva para cualquier tipo de público no existe en Ecuador TV no hay ningún pautaaje de publicidad que venda alcohol ,cigarrillo o algún producto nocivo para la salud ,la publicidad más beneficiosa más creativa y menos nociva para el público que nos observa .Avances de novelas entiendo que si yo estoy a cargo del tema de noticias quiero precisar eso no estoy muy al tanto de nuestro pautaaje de publicidad eso le corresponder al área de ventas pero le puedo dar fe ,que ningún tipo de publicidad que se muestra en nuestra pantalla impacta de manera negativa a los jóvenes o a los niños que nos observan, aparte que nuestras novelas tienen contenidos bastantes familiares coloquiales ,no son novelas que posesionan valores negativos para las familias

Pregunta: 3

Como considera la aceptación de estos programas a nivel local?

La mejor tenemos las mejores cifras de rating aunque como insisto no es un indicado prioritario para nosotros, pero en todo caso las cifras abalan que Ecuador Tv que mejor llegada tiene para el público juvenil y niños sobre todo.

Pregunta: 4

Los programas dirigidos para niños son elaborados y transmitidos para?.

A: Educar.

B: Entretener.

C: Otros.

Nosotros consideramos que todo programa educa ya sea de manera negativa o positiva ,todo lo que se muestra en televisión genera una asimilación por parte del televidente eso puede educar o conducir conductas positivas o en su efecto podría distorsionarse y construirse matices de opinión nociva para la persona que nos observa en todo caso nuestra programación infantil entretiene no sé si todo lo que mostramos educa entiendo que también hay espacios para programas de tiras cómicas siempre hay una cuota de acción son cosas que pueden ver niños de una edad determinada no todos los niños ,pero en general me parece que no es programación nociva para los niños

Pregunta: 5

Considera usted que su canal respeta la ley orgánica de comunicación?.

Si es parte nuestra, nuestro deber como medio público, es una obligación legal, además es algo en lo que creamos ante todo ,estamos totalmente comprometidos con la ley de comunicación como noticias por ejemplo como tenemos que hablar de contenidos que no afecten a grupos especiales ,grupos vulnerables para ser más precisos como niños adolescentes ,personas privadas de su libertad ,personas con discapacidad ,le damos un tratamiento bastante cuidadoso ,jamás un niño en Ecuador Tv está involucrado en una noticia que ponga bajo riesgo su identidad ,va a estar identificándose en pantalla su rostro usamos blur, usamos formas creativas para que no salga el rostro de la persona involucrada ,ya sean mujeres maltratadas, niños, adolescentes ,personas privadas de su libertad, personas con discapacidades general personas en situación de riesgo manejamos códigos muy importantes muy estrictos con eso .

Pregunta: 6

Considera usted que debe monitorearse permanentemente los contenidos de los programas y publicidades que se emiten en la televisión ecuatoriana?.

Considero que se debe monitorear los contenidos de los programas y publicidades que se transmiten en la televisión sería factible que se trabaje con la universidad para que funcione un Departamento de monitoreo y análisis de contenidos técnicos que funcione en la ULEAM.

CAPITULO III

3. Propuesta

3.1. Titulo de la propuesta

3.2. Departamento de monitoreo y análisis de contenidos de programas y publicidad que funcione en la Facultad Ciencias de la Comunicación de la ULEAM.

Propongo un Departamento de monitoreo y análisis de contenidos de programación y publicidad que funcione en la Facultad Ciencias de la Comunicación de la ULEAM, grupo de estudiantes preparados para ayudar a la sociedad, a los padres y, especialmente a los más pequeños del hogar con criterios técnicos y evaluaciones periódicas.

Del trabajo que se obtenga en este departamento se podrá determinar la influencia que existe en determinados tipos de programas y publicidades en televisión, la idea es empezar a inducir una visión diferente en la programación de los medios televisivos.

En la actualidad los padres de familia no se encuentran informados o instruidos sobre los programas infantiles que ven sus hijos, en ocasiones hay pequeños que observan programas no adecuados.

Encontramos programas infantiles que no son adecuados para niños de 5 a 10 años, que son dirigidos para jovencitos que lo puedan interpretar de manera adecuada.

Con este departamento de monitorio se puede ayudar a instruir a los padres de familias, sobre los contenidos adecuados para los niños.

De esta manera los padres de familia se encontrarán informados sobre los contenidos adecuado para sus hijos.

Dar a conocer a los padres información por medio de evaluaciones técnicas sobre los programas infantiles, si son adecuados para la edad, Y de esta manera reconocer fácilmente los contenidos adecuados .

Un departamento de monitorio de programas y publicidades que ayuden a los padres de familia con análisis técnicos de lo que se transmite en la pantalla .

Información sobre elementos que contiene el programa antes de la transmisión y de esta manera informar a los padres

El análisis técnico se realizará tomando en cuentas los siguientes puntos de acuerdo a quien va dirigidos los contenidos, analizando el grado de violencia, situaciones de sexo, lenguaje adulto o grosero, diálogo subjetivo, entregando evaluaciones periódicas.

Audiencia: Indicar a los padres para que edades es adecuado un programa infantil.

Contenido: Indicar que el programa presenta apto de violencia, sexo, lenguaje para adulto etc.

Pautas: Las pautas de televisión para los padres pueden tener una o más letras a la clasificación y así de esta manera informar a los adultos estos contenidos pueden contener violencia (V), Situaciones de sexo (S), lenguaje adulto o grosero (L), diálogo subjetivo (D).

Dirigido a niños de 3 a 6 años

Mensajes como contenido apropiado para niños de todas las edades, mostrando dibujos animados y personajes reales, los contenidos o elementos utilizados en este programa es dirigido para público infantil, incluye a niños de 3 a 6 años, no esperamos que este contenido no afecte ni atemorice a los más pequeños.

Dirigido a niños de 7 a 10 años

Programa dirigido para niños de 7 a 10 años, apropiado para niños que pueden distinguir la ficción y la realidad.

Dirigido a niños mayores (Jovencitos) 12 A 16 años

Escenas de violencia o fantasía

Contenido que presenta violencia o fantasía apto para niños mayores o jovencitos que pueden interpretar estos contenidos de manera adecuada.

Apto para todo público

Estos contenidos son apto para todas las edades, aunque esta clasificación de contenidos es dirigido para los pequeños, los padres permiten a los niños ver estos programas sin la supervisión de un adulto. No contiene violencia o muy poca sin elementos inapropiados o diálogos sexuales.

Se sugiere supervisión de los padres

Programas que pueden mostrar elementos inadecuados para los niños, es aconsejable que los padres vean estos programas junto a sus hijos, porque se puede requerir de la guía de los padres, pueden aparecer escenas de violencia moderada, fantasía, ficción, lenguaje grosero etc.

Apto para todo publico

Estos programas son dirigidos para el público adulto, por lo general pueden ser inadecuados para menores de 16 años .estos contenidos pueden presentar algunos de estos elementos Un lenguaje obsceno o inocente, escenas sexuales, o violencia gráfica.

3.3. Unidad Ejecutora**3.3.1.Ecuador Tv**

3.4. Introducción

La emisión de un canal se entiende como un conjunto, que se divide en bloques entre programas y publicidades.

La televisión sirve para informar, entretener, divertir, relajar. Uno de los temas que gira al alrededor de los niños es la violencia que se trasmite en la televisión, aunque se ha venido analizando la influencia de los contenidos de algunos programas, principalmente los que son dirigidos a niños.

Coinciden en señalar como la causa de la violencia en la televisión para subir el nivel de audiencia.

Creando una imagen distorsionada de la realidad e incidir directamente a los pequeños y de esta manera crear u mundo de fantasías, es lo que sucede a menudo con los programas infantiles y publicidad dirigida a niños.

El programador es el encargado de ordenar la ubicación de los programas según las franjas horarias, y los hábitos sociales del público.

Sin duda alguna los programas más costosos serán trasmitidos en el mejor horario del canal, donde se cree tener mayor audiencia.

Se le llama programación horizontal cuando se coloca un mismo programa en el mismo horario, a diario, se le llama programación vertical cuando se coloca diferentes programas, en el mismo horario en días diferentes.

La música es la vida de un niño, junto a experiencia real la banda sonora de la televisión, configura una parte de su interpretación a la fantasía.

Para los padres resulta dificultoso controlar lo que ven sus hijos, con la variedad de canales que existen, se encuentran expuestos a contenidos no adecuados .

Los padres, no se encuentran informados sobre los programas infantiles, si es adecuado para la edad del pequeño.

Si el contenido lo afecta en su comportamiento, o induce a actitudes inadecuadas, estos factores son importantes.

Si los medios de comunicación no se encargan de brindar información a los padres sobre los elementos que presentan, el adulto piensa que los contenidos son adecuados para los niños.

Los medios televisivos deben analizar los programas infantiles y de esta manera verificar para que edad es adecuado el programa infantil.

Los padres al ver un dibujo animado piensan que el programa infantil va dirigido para niños pero en ocasiones no es así.

Programas como: Simpson, futurama entre otros, es dirigido para jóvenes o adultos que pueden interpretar los contenidos de una manera adecuada.

Estos programas afectan a los pequeños, y en ocasiones los padres piden que lo saquen del aire. El problema es que no es dirigidos para niños, sino para otro tipo de público, entonces es adecuado brindar este tipo de información.

Aunque en la actualidad se le da facilidades a los padres, transmitiendo programas educativos que instruyen a los pequeños.

Trasmitiendo los programas en horarios adecuados, o indicando acto para todo público o bajo supervisión de un adulto

Incluso se encuentran canales especialmente para niños, donde se transmite solo programas infantiles, claro esto solo se encuentra en televisión por cable.

El medio de comunicación siendo responsable de lo que trasmite debe brindar información, no solo pensar en el rating, sino en cómo afecta a los más pequeños,

Analizar que programas no son adecuados, y los contenidos que no deben ser transmitidos en horario infantil.

El padre tiene la responsabilidad de no permitir al pequeño ver programas no adecuados para su edad, no dar acceso al pequeño fácilmente a medios tecnológicos.

No dar libertad a los niños de lo que desean ver, de esta manera se evitara que los niños vean Contenidos inadecuados .

Es mejor que el niño tenga la supervisión de un adulto al momento de ver la televisión, un guía que se encuentre pendiente e informado de lo que el pequeño desea ver.

3.5. Fundamentación

Por medio de la televisión el niño empieza a conocer el mundo, culturas, crea ideologías, lugares, y empieza a crear su propia filosofía de vida.

Ecuador Tv con una emisión nacional contiene programas infantiles y emite publicidades en su programación.

Canal que cumple con el reglamento de la ley orgánica de comunicación, trasmite los programas en horario adecuado pero debería dar información a los padres sobre los programas que se transmiten, el grado de violencia.

Las pautas son de suma importancia para el canal y su prestigio o aceptación del público, los padres consideraran que pueden confiar en lo que ellos transmiten, que existe una responsabilidad sobre los contenidos que se transmiten.

Brindarle a los padres información por medio de monitoreo, para fácilmente reconocer que programas no son adecuados para sus pequeños.

Como comunicadores hay que exigirse un buen trabajo, de manera que el público televidente se sienta satisfecho, mostrando eficiencia y calidad.

El analizar los programas infantiles, y no emitir publicidades en horario infantil se lo debe realizar por ética profesional, por responsabilidad, y por el bienestar de los más pequeños.

Los padres al ver dibujos animados, piensa es dirigidos para niños, y en ocasiones se encuentran equivocados por falta de información, el monitoreo que se realice por medio de estudiantes de la facultad de comunicación, ayudara a la sociedad a diferenciar los contenidos adecuados para los niños.

En ocasiones encontramos programas dirigidos para jóvenes, que pueden distinguir la ficción o fantasía de la realidad, los canales de televisión no se encargan de brindarles esta información a

los padres.

3.6. Objetivos

3.6.1. Objetivo General.

- Departamento de monitoreo y análisis de contenidos de programación y publicidad que funcione en la Facultad Ciencias de la Comunicación de la ULEAM.

3.6.2. Objetivos Específicos.

- Determinar en qué horarios no es adecuado pautar publicidades.
- Analizar los programas infantiles y publicidades que se transmiten por medio de evaluaciones periódicas.
- Dar información a los padres sobre los contenidos, tipo de lenguaje, grado de violencia de cada programa infantil.

3.7. Requerimientos técnicos

Se requiere un departamento de monitoreo que funcione en una de las instalaciones de la facultad Ciencias de la Comunicación de la ULEAM, grupo de estudiantes capacitados, que aporten al análisis técnico y evaluaciones periódicas que informen a los padres de familias sobre los contenidos de programas y publicidades ,tipo de lenguaje ,grado de violencia ,Situaciones de sexo.

Informen técnicos sobre los contenidos y publicidades donde se indique el grado de violencia, lenguaje adulto o escenas sexuales que se transmiten.

Los padres de familias deberían informarse, para poder ser guías de los niños , y no darle acceso a medios técnicos donde se pueden encontrar vulnerables a los contenidos no adecuados para su edad .

3.8. Factibilidad

La factibilidad social se da gracias a que este proyecto puede ser considerado como una herramienta necesaria para los padres de familia. Esta propuesta es factible para la sociedad porque se le ayudaría a los padres con información técnica sobre los programas que ven sus hijos. En lo referente sería factible que este proyecto se efectuó en las instalaciones de la institución en la Facultad Ciencias de la Comunicación brindando este trabajo a estudiantes, brindar información requerida a los padres.

3.9 Descripción de la propuesta

El presente determina la implementación de un Departamento de monitoreo y análisis de contenidos de programas y publicidad que funcione en la Facultad Ciencias de la Comunicación de la ULEAM.

Es un aspecto fundamental la preparación de los padres, para poder guiar a sus hijos sobre los contenidos adecuados para su edad, para ello se requiere la colaboración de los padres de familia y la disposición de estudiantes de la Facultad practicantes o pasantes, que adquieran el conocimiento necesario en base a lo requerido para poder realizar un análisis técnico adecuado sobre los programas y publicidades transmitidos en la televisión.

3.10. Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA O CALENDARIZACIÓN DEL PROYECTO												
TIEMPO												
ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	FEBRERO							
VIZUALIZACION DEL PROBLEMA Y TECNICAS	■											
Planificacion del Problema		■										
Marco Teorico			■									
Preparación de lo necesario para llevar a cabo las encuestas y entrevista				■								
Se llevo a cabo las encuestas y entrevista					■							
La Propuesta						■						
PRESENTACION Y APROBACION DEL PROYECTO											■	

Conclusión

Si los medios televisivos , brindaran información a los padres de familia ,sobre los elementos, el tipo de lenguaje que contiene los contenidos que se transmiten en la televisión, no le brindaran acceso a programas inadecuados para su edad.

Informar a los padres los contenidos o programas no adecuados para los niños, controlando las horas que pasan los niños frente a la televisión.

Los padres al ver un dibujo animado, asume que es apto para todo público ,pero se encuentran equivocados ,hay programas que son dirigidos para jóvenes o adultos, que puedan interpretar de manera adecuada el tipo de lenguaje ,grado de violencia ,situaciones de sexo etc.

Con un departamento de monitoreo y análisis de contenidos de programación y publicidad que funcione en la Facultad Ciencias de la Comunicación de la ULEAM,los padres de familias entrarían instruidos sobre los contenidos.

Analizaran los programas infantiles, brindando información adecuada a los padres de familia, se evitaría que los niños descuiden sus responsabilidades diarias, y pasen todo el día frente a la televisión, consolas de video juegos y redes sociales.

Los padres evitaran que los niños vean contenidos que no son apropiados para su edad, y de esta manera no afecten en su comportamiento. Vivimos en una sociedad donde los niños aprenden muy rápido, se les brinda facilidad con la tecnología de esta manera se encuentran expuestos a elementos no apropiados.

Expuestos a la publicidad por medio de las redes sociales, en la televisión emitida a cualquier hora del día, al alcance de cualquier pequeño.

Podemos ver publicidades transmitidas en cortes comerciales de programas infantiles, donde los niños se podrían encontrar vulnerables, reaccionando por productos que afectan su salud como gaseosas, dulces, chocolates ,galletas .etc.

Recomendaciones

-Dar a conocer a los padres que programas infantiles son adecuados para la edad de sus hijos .

-Informar a los padres de familias sobre análisis técnicos de los contenidos y publicidades que se transiten en la pantalla , donde se indique que elementos contiene el programa grado de violencia (V), Situaciones de sexo (S), lenguaje adulto o grosero (L), dialogo subjetivo (D), poca violencia o acto para todo público.

-Que la publicidad no sea transmitida en espacios de programas infantiles, ni avances de novelas.

-No permitir que un niño tenga acceso a redes sociales, donde se encuentran expuestos a publicidad de todo tipo, videos etc.

-Concientizara los padres que sean guían de sus hijos y supervisen lo ven, se informen sobre los programas que prefieren sus hijos.

-Hacer conciencia para que los niños no tengan libertad de ver la televisión en horas no adecuadas, ni acceso aparatos tecnológicos.

Bibliografía

- (Asamblea Nacional).(2013) .Ley Orgánica De Comunicación .pág. 3,5,8,12,13,16.
- Este artículo está reproducido del libro “Nuevas Tendencias de la Comunicación “ Publicitario y Profesor de Planificación Estratégica en la UCM. Antón Álvarez Ruiz,pág2,4,5,8,11,12.
- Marketing y Publicidad .Instituto de Formación y Estudios Sociales (IFES), Amadeus Association,Società Consortile “Ass.forSeo”, Second Chance Association, South Carelia Polytechnic,Fundatia Pentru Mestesuguri / Crafts Foundation Romania,pág48.
- Manual de publicidad. Ramón Cerdá Sanjuán,pág 45.
- Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI Maria Isabel Martin Requero Maria Cruz Alvarado López,pág 11,12,15.
- Para entender los medios de comunicación .José Carreño,2007,pág 67.
- Publicidad Social en el tercer sector /
- Revista Veo Veo .Edición 24 de noviembre de 2014 .Editogran S.A .
- Revista Veo Veo .Edición 13 de Diciembre del 2014 .Editogran S.A .
- Revista Veo Veo. Edición 27 de Diciembre del 2014 .Editogran S.A .
- Televisión violencia e infancia .María del Carmen García Galera,2000,pág 13,26,29,33,51,67,75,76,128,169.

WEB

- (Asamblea Nacional).(2013) .Ley Orgánica De Comunicación.
- <http://200.110.137.61/wp/wp-content/uploads/2010/02/burin-y-heras-cap-en-libro-desloc.pdf>.
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/linares_m_ma/capitulo3.pdf.pg.1
- <http://www.nodo50.org/ameco/DocuInfantil.pdf> pág. 17.
- <http://eprints.ucm.es/10085/1/MetodPublSocialAntonAlv.pdf> pag 88
- <http://www.educa.ec/index.php/quienes-somos>
- <http://www.nodo50.org/ameco/DocuInfantil.pdf> pág. 17
- <http://eprints.ucm.es/10085/1/MetodPublSocialAntonAlv.pdf> pag 88

Anexos



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.**



CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENCUESTAS DE TESIS DE GRADO

Estudiante: Lilian Rodríguez Verduga.

Especialidad: Publicidad.

Tema: “Análisis comunicacional de los contenidos de programas y publicidades dirigidos a niños de 5 a 10 años, transmitidos en Ecuador TV, Televisión Pública, durante el año 2014”

Estimado amigo o amiga, con el único objetivo de estructurar una investigación de titulación académica superior, le solicito muy comedidamente se sirva responder el siguiente cuestionario de preguntas:

Pregunta 1:

¿Por lo general, que canal de televisión de alcance nacional sintoniza ?

- A.-** Ecuavisa.
- B.-** Teleamazonas.
- C.-** Ecuador TV.
- D.-** TC Televisión.
- E.-** Gama TV.
- F.-** Otros.

Pregunta 2:

¿Considera usted que en la televisión ecuatoriana, trasmite programas acordes para niños 5 a 10 años?

- A.-** Si
- B.-** No
- C.-** No sabe
- D.-** No contesta

Porque :

Pregunta 3:

¿Cree usted que Ecuador TV, cuenta con programas educativos que benefician a la formación de niños de 5 a 10 años de edad?

- A.- Si
- B.- No
- C.- No sabe
- D.- No contesta

Pregunta 4:

¿Considera usted que Ecuador TV, transmite los programas, en horarios adecuados para niños de 5 a 10 años de edad?

- A.- Si
- B.- No
- C.- No sabe
- D.- No contesta

Pregunta 5:

¿Considera usted que las publicidades emitidas durante la programación infantil es la adecuada?

- A.- Si
- B.- No
- C.- No sabe
- D.- No contesta

Porque:

Pregunta 6:

¿Considera usted que los programas o las publicidades que se transmiten por Ecuador Tv inciden o afectan el comportamiento de los niños de 5 a 10 años?

- A.- Si
- B.- No
- C.- No sabe
- D.- No contesta.

Pregunta 7:

¿Qué programas de televisión de los que enunciamos a continuación, a observado usted en la programación de Ecuador TV?

- A.- La Casa de Mickey Mouse.
- B.-Animados.
- C.-Zona 7.
- D.-Educa
- E.-Veó Veó
- F.- No sabe .

Muchas gracias.



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.



CUESTIONARIO DE PREGUNTAS PARA ENTREVISTA DE TESIS DE GRADO

Estudiante: Lilian Rodríguez Verduga.

Especialidad: Publicidad.

Tema: "Análisis comunicacional de los contenidos de programas y publicidades dirigidos a niños de 5 a 10 años, transmitidos en Ecuador TV, Televisión Pública, durante el año 2014"

Estimado amigo o amiga, con el único objetivo de estructurar una investigación de titulación académica superior, le solicito muy comedidamente se sirva responder las siguientes preguntas:

Nombre:

Trabajo:

Sexo:

Pregunta 1:

El Canal de televisión que usted representa tiene horario infantil entre edades de 5 a 10 ?

Pregunta: 2

Que publicidades transmite durante los programas dirigidos para niños?

Pregunta:3

Como considera la aceptación de estos programas a nivel local?

Pregunta: 4

Los programas dirigidos para niños son elaborados y transmitidos para?.

A: Educar.

B: Entretener.

C: Otros.

Pregunta: 5

Considera usted que su canal respeta la ley orgánica de comunicación?.

Pregunta: 6

Considera usted que debe monitorearse permanentemente los contenidos de los programas y publicidades que se emiten en la televisión ecuatoriana?.

Muchas gracias.

Encuesta a los ciudadanos de la ciudad de Manta



Encuesta a los ciudadanos de la ciudad de Manta

