



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO
PROGRAMA DE POSTGRADO

TÍTULO:

LA INFLUENCIA DE “MI RECINTO” Y “LA PAREJA FELIZ” EN LOS NIÑOS; UN
ASUNTO SERIO

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PREVIO AL
GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN COMUNICACIÓN CON MENCIÓN
EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

AUTORA:

CECIL MARIUXI STACIO SORROZA

TUTOR:

JUSTIN SCOGGIN

GUAYAQUIL, MARZO DE 2015



APROBACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor de la maestrante Cecil Mariuxi Stacio Sorroza, perteneciente a la Facultad de Postgrado de la Universidad Espíritu Santo.

CERTIFICO:

Que he analizado el trabajo de investigación con el título: **LA INFLUENCIA DE “MI RECINTO” Y “LA PAREJA FELIZ” EN LOS NIÑOS; UN ASUNTO SERIO;** presentado por la maestrante Cecil Mariuxi Stacio Sorroza, como requisito previo para optar al grado de Magister en Comunicación con mención en Comunicación Organizacional; considero que dicho trabajo investigativo reúne los requisitos y méritos establecidos de carácter académico y científico, por lo que expreso la aprobación correspondiente.

Muy atentamente,

TUTOR

Mgs. JUSTIN SCOGGIN

Guayaquil, a los 18 días del mes de marzo del 2015



La influencia de “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” en los niños; un asunto serio.

Cecil Stacio Sorroza

Resumen

La problemática sobre la influencia de la televisión en la conducta de los niños ha sido analizada, en la mayoría de los casos, a partir de los contenidos de violencia que se exhiben en películas o informativos, pero existen otros productos audiovisuales con fuerte penetración en las audiencias infantiles como lo son las comedias nacionales. “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” fueron las de mayor *rating* en el 2011 según el informe anual del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL). Esto en términos televisivos es considerado un “éxito de televisión”. Sin embargo, en materia de calidad de contenido son consideradas como producciones que atentan contra los derechos de los grupos vulnerables al exhibir contenidos discriminatorios. En este estudio se presentan los resultados de las sesiones focales realizadas a escolares y padres de familia con lo cual se pretende conocer de qué manera afectan estos contenidos en el comportamiento social de las audiencias infantiles; además de datos recolectados a través de entrevistas a especialistas en el tema de televisión así como psicólogos y educadores.

Palabras claves: Comedias, estereotipos, Mi Recinto, La Pareja Feliz, televisión infantil



Abstract

The influence television has on children's behavior has been analyzed, in most cases, from the violent content in movies or news broadcasts. However, comedies produced nationally with high levels of acceptance among children deserve the same attention. "Mi Recinto" and "La Pareja Feliz", were the highest-rated programs in Ecuador in 2011 according to the Annual Iberoamerican Television Fiction Observatory (OBITEL). Among those who produce television this is considered a hit. However, when analyzed in terms of content quality these productions violate the rights of vulnerable groups by exhibiting discriminatory content. This study presents the results of focus groups held with children and parents that sought to measure the effect these contents have on social behavior of these children's. Additionally further data was collected through interviews with specialists in the field of television as well as psychologists and educators.

Keywords: Comedias, stereotypes, Mi Recinto, La Pareja Feliz, Children's television



Introducción

Se dice que la tendencia de los niños a la hora de elegir qué ver en la pantalla chica se inclina, a nivel mundial, por programas familiares o para adultos y no necesariamente por aquellos con temática infantil (Fuenzalida, 2005). En la televisión ecuatoriana, conformada por canales nacionales que exhiben producción televisiva tanto local como extranjera, esta tendencia pareciera ser una regla establecida por los programadores de las parrillas televisivas, puesto que en la programación local las producciones dirigidas específicamente al público infantil son escasas, tanto las nacionales como las de origen foráneo.

De hecho, en el 2012 las series de humor, se consolidaron en la pantalla nacional y por segundo año consecutivo la producción de telenovelas estuvo ausente de la televisión de señal abierta, convirtiendo al humor, y por ende a las comedias nacionales, en el gancho más efectivo para atraer audiencias (OBITEL, 2013).

Bajo este panorama la situación se complica frente a la exhibición de comedias de factura nacional como “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz”, compuestas de humor salpicado de tinte sexual y contenido discriminatorio, al convertirse en las alternativas de entretenimiento que ofrece la pantalla chica del país a los más pequeños de la casa.

Estudios de análisis a la programación televisiva, como los realizados por Corporación Participación Ciudadana de Guayaquil en 2010 y Fundación



GAMMA, de Cuenca en 2008, el contenido de estas series ha sido calificado de discriminatorio.

En Guayaquil, según datos obtenidos de la Encuesta de Empleo, desempleo y Subempleo (ENEMDU), existe un total de 606,016 hogares con televisor. De esta cantidad 53,909 hogares están suscriptos a la televisión por cable (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2012). Por su parte, la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico revela que 10,733 hogares de NSE medio bajo tienen acceso a la televisión por cable; mientras que en el NSE medio típico 19,753 hogares poseen acceso al mismo (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2011). Respecto a las horas que los adolescentes y jóvenes (12-19 años) de Guayaquil pasan frente al televisor, un estudio de este mismo instituto revela que de lunes este grupo invierte 11 horas en esta actividad. Esto indica que durante los 5 días escolares de la semana los chicos entre 12 y 19 años pasan 2 horas con 20 minutos viendo televisión.

No existe por parte del INEC información respecto a los niños menores de siete años y el tiempo que dedican a ver televisión. Sin embargo, se entiende que existe una audiencia infantil alrededor del visionado de las producciones nacionales (Herrera, 2013), puesto que estas audiencias buscan en la programación local espacios de distracción aunque este dato no sea registrado directamente por el sistema de monitoreo de las empresas de medición al ser el adulto quien ejecuta el encendido.

De esta forma los menores están expuestos todo el tiempo a los discursos mediáticos de estas comedias que a través de personajes cómicos, universos coloridos y cotidianos, de aspectos casi caricaturescos, situaciones ocurrentes, y lenguaje chispeante, en el fondo fortalecen, con o sin intencionalidad, la imagen social de determinados grupos vulnerables de forma negativa. Y todo en clave de humor.

El hecho ocurrido en una escuela fiscal de Guayaquil en septiembre de 2004, y publicado en diario El Universo, sobre una suspensión a dos escolares de cinco y seis años de edad quienes jugando a ser el compadre Garañón (protagonista de “Mi Recinto”) fueron encontrados con los pantalones abajo, coloca el tema de la influencia de la televisión en los niños nuevamente en el campo de batalla, pero ahora desde la inofensiva trinchera de la comedia.

“Mi Recinto” y “La Pareja Feliz”: el antes y el ahora

La comedia “Mi Recinto” fue transmitida a nivel nacional desde el año 2001 mientras que “La Pareja Feliz” está al aire, en formato de comedia¹, a partir de 2009. Durante once años consecutivos “Mi Recinto” ocupó los primeros lugares de sintonía mientras que “La Pareja Feliz”, en apenas dos temporadas, superó esta ubicación (OBITEL, 2012).

Ambas series cómicas hacen uso del mismo estilo de humor basado en chistes que van desde el doble sentido hasta la creación de personajes estereotipados pasando por bromas de contenido racista, situaciones homofóbicas,

¹ “La Pareja Feliz” nació como un sketch dentro del programa cómico “Vivos” en 2003.

gestos, y actitudes que fomentan la violencia de género, todo esto con el objetivo de representar la cotidianidad de personajes que sean familiares al público que los sigue.

Desde su creación estas series fueron exhibidas en horarios de la mañana y noche, indistintamente. “Mi Recinto” , incluso, se transmitió los sábados en horario de responsabilidad compartida².

Antes de junio de 2013, fecha en la que entró en vigencia la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), la programación estuvo regulada por un código de ética elaborado por los canales de televisión ecuatoriana que consideraba tres categorías de horarios para la emisión de los programas: Categoría A, apta para todo público, de 06h00 a 21h00, en la cual debían omitirse imágenes de violencia y sexo explícito; Categoría B, no propicia para menores de edad que correspondía al horario de 21h00 a 23h00, y en la cual se podía exhibir más contenido violento y sexual; y la categoría C, exclusiva para adultos, que comprendía desde las 23h00 hasta las 06h00, (Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador, 2007).

En 2004 “Mi Recinto” fue acusado por el Instituto de Cultura Montubia, Corporación Montubia del Litoral, estudiantes de colegio y presidentes de la Casa de la Cultura del Guayas de ser un programa racista, discriminatorio, sexista y

² Una de las clasificaciones que determina la televisión y que sirve para distinguir el contenido de los programas. De acuerdo a lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación esta audiencia está compuesta por personas de 12 a 18 años con supervisión de personas adultas.

sobre todo de denigrar al montubio. Estas razones llevaron a la comedia a modificar parte de su contenido incluyendo en algunos capítulos situaciones con temática ecológica.

En este punto es pertinente señalar el hecho de que en la temporada estrenada en 2011 la serie “Mi Recinto” subió en sintonía en relación al año 2010, sobre todo entre la audiencia costeña. Probablemente esto se debió al cambio de temática, el compadre Garañón y sus aventuras pícaras ya no fueron el tema central de la comedia y en su lugar la temática ecológica destacó en la mayoría de sus episodios. Por su parte “La Pareja Feliz”, en ese mismo año, alcanzó su más alto nivel de audiencia en horario estelar (OBITEL, 2012), desplazando rápidamente a las telenovelas de ese mismo horario. La causa probablemente sea la identificación de las audiencias (preferentemente adultas) con las cotidianidades cómicas de una pareja de clase media urbana cuya relación se basa en la atracción/repulsión.

En 2014 la serie “Mi Recinto” deja de exhibirse. Ese mismo año el Consejo de Regulación de la Información y la Comunicación (CORDICOM) en su informe de agosto de 2014 sobre el análisis de un capítulo de la comedia “La Pareja Feliz”, y a pedido de la Superintendencia de Comunicación e Información (SUPERCOM), establece que el contenido de esta comedia es discriminatorio por orientación sexual. De igual forma expresa que el contenido analizado afecta los derechos reconocidos en el artículo 24 de la Convención Americana sobre los Derechos Humanos.

Aunque la creación de una televisión de calidad para niños no es el tema central sobre el que se desarrolla el presente trabajo de investigación, no se puede negar el poder de la televisión para despertar nuevos conocimientos (Martínez, 2002); sin embargo, la información que se transmita debe satisfacer las necesidades de las audiencias infantiles de tal manera que se convierta en una guía en el camino de nuevas búsquedas de conocimiento.

Pero esta oferta televisiva de calidad no debe limitarse a temáticas estrictamente educativas sino también a contenidos que sean de su interés y aceptación, entendiendo que la televisión no solo es buena cuando enseña.

Justificación

Considerando que el humor es un vehículo eficaz a la hora de transmitir mensajes con significación cultural, social y sexual, es relevante para la sociedad conocer los efectos que producen en los menores las representaciones que las comedias “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” hacen de la realidad. En el ámbito local no existe un trabajo de investigación de cuarto nivel que se concentre en el contenido de estas comedias y la posible relación entre sus recursos humorísticos y la reproducción de gestos y actitudes en los niños. Es decir, si existe o no influencia en el comportamiento social de los menores expuestos a estos contenidos calificados como discriminatorios.

Solo a través del análisis de estos contenidos audiovisuales y del estudio de su influencia en la población infantil se conocerá de qué forma aportan a la construcción de su identidad.

Objetivos del estudio

La intención del presente estudio es la de identificar de qué manera influyen los personajes y las situaciones humorísticas de las comedias “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” en la repetición de palabras, gestos y actitudes en los escolares de 7 y 8 años de edad considerando que ambas series manejan contenidos calificados como discriminatorios.

A su vez se pretende conocer de qué manera influye sobre el visionado de estas comedias el hecho de que un segmento de la población escogida pertenezca al nivel socioeconómico medio típico y el otro al nivel socioeconómico medio bajo con la implicación de que los primeros tienen mayor acceso a la televisión por cable que los segundos.

Marco teórico

Los estudios sobre los numerosos efectos que causa la televisión en los niños han estado siempre entre lo positivo y lo negativo de su poder de influenciar el comportamiento de las audiencias infantiles. Estos efectos han podido ser clasificados, para algunos autores, en tres dimensiones: la cognitiva, las emocionales o afectivas, y las conductuales (García, 2008).

Uno de los temas más debatidos con respecto a la influencia de la televisión en la dimensión conductual es el *efecto imitación*. De acuerdo a esto las audiencias infantiles aprenden las conductas de los personajes de la televisión. Para el psicólogo Albert Bandura (García, 2008), gran parte del comportamiento del individuo se debe al aprendizaje social, es decir, el que se realiza a través de la

observación o imitación del comportamiento de otro que actúa como modelo. Con su experimento del muñeco “Bobo” en el que niños de 3 y 5 años observaron un video donde se golpeaba a “Bobo”, un muñeco inflable, fueron los primeros en demostrar que los niños expuestos a escenas de violencia televisiva eran capaces de imitar esta conducta. Aunque el experimento fue muy criticado por otros estudiosos del tema se reconoce que es el inicio para otras investigaciones del mismo tipo.

Sin embargo, estos estudios para explicar la relación de los niños con el contenido televisivo se enfocan sobre todo en los riesgos de manipulación de la televisión sin considerar las condiciones individuales de cada telespectador, sus contextos de recepción, ni sus realidades sociales (Morduchowicz, 2008).

La otra investigación que desplazó a la “Teoría de los efectos” fue la “de Usos y gratificaciones” que dejó a un lado las investigaciones de los efectos poderosos de los medios sobre las audiencias para en su lugar conocer qué usos hacen las audiencias con los medios (Grandio, 2009)

A pesar de esto, tanto el modelo reduccionistas de la “Teoría de los efectos” como el de “usos y gratificaciones” empezó a quedar rezagada (Orozco, 2010), frente a los nuevos estudios de recepción donde se considera la mediación como filtro, intervención o como resultante del control social para la reproducción de lo real para la audiencia de los medios.

En Ecuador son escasos los estudios que han analizado los contenidos de la programación televisiva profundizándose en las audiencias, y más

específicamente en la interacción entre televisión y audiencia infantil junto a la apropiación que hacen los niños del medio. No obstante entre los análisis hechos a la programación audiovisual en general existen algunos estudios que han considerado a las comedias nacionales como parte del monitoreo tipificando las afectaciones de sus mensajes.

Uno de estos estudios monitoreó la programación general entre julio y septiembre del 2010. Se analizaron 38 producciones locales de seis canales de televisión a nivel nacional pertenecientes a la franja estelar (21h00 – 00h00) en las cuales se detectaron expresiones sexistas ³ así como violencia de género, psicológica y física. Ambos -sexismo y violencia de género- son conceptos relacionados con la discriminación y el maltrato a la mujer, específicamente (RAE, 2012).

El resultado de la investigación arroja como conclusión general que la violencia y el sexismo son parte de la cotidianidad de la televisión ecuatoriana. El estudio señala también que a los menores los mensajes sexistas y de violencia le llegan de manera directa, y que repiten expresiones y actitudes (Corporación Participación Ciudadana, 2010).

Estos resultados permiten conocer que la programación televisiva expone contenido discriminatorio, lo que significa que sus mensajes -incluyendo los de

³ Según el diccionario ideológico feminista de Victoria Sau, son todos y cada uno de los métodos empleados en el seno del patriarcado para poder mantener en situación de inferioridad, subordinación y explotación al sexo dominado: el femenino.

las comedias elegidas para este trabajo de investigación- denotan distinción, exclusión o restricción, basadas en cuestiones de etnia, edad, sexo, identidad de género, orientación sexual y discapacidad, principalmente. Y que, de acuerdo a la normativa de comunicación que rige en la actualidad, está prohibido difundir ya que menoscaba, anula el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos, (Asamblea Nacional, 2013).

Otro estudio similar fue realizado en Cuenca en 2008 por el equipo técnico de Fundación GAMMA⁴, en el que se monitoreó a ocho programas de entretenimiento difundidos también por canales locales y a nivel nacional; entre los programas de humor se incluye “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz”.

El análisis de los episodios escogidos para el estudio de la comedia “Mi Recinto”, por ejemplo, reflejó que en esta serie de humor *“se realizan bromas racistas, con un contenido sexista y con una continua reproducción de estereotipos de género, entre los que se destaca el poder que ejerce el protagonista sobre las mujeres”*. El mismo análisis realizado al sketch de “La Pareja Feliz” reveló que el humor se basa en los estereotipos de género en la construcción de la pareja (Observatorio Ciudadano de la Comunicación, 2008).

Aunque el estudio no especifica cuánto de este contenido es observado por las audiencias infantiles o cómo se ven afectados, sí destaca en sus conclusiones

⁴ Grupo de Apoyo Al Movimiento de Mujeres del Azuay.

que algunos de los programas analizados eran exhibidos en el horario correspondiente para todo público a pesar de su censura B o C.

Ambos estudios concluyen que los programas de entretenimiento de la televisión nacional refuerzan estereotipos.

Ante lo dicho, se da a entender que los menores que consumen estas series están expuestos a discursos donde prevalece el racismo, la violencia de género y el sexismo, y si los estudios sobre la relación de los niños y la televisión ha ido evolucionando para pasar de “lo que hace la televisión a los niños” a “lo que los niños hacen con la televisión” ¿qué incidencia tendrían estos discursos en los menores de siete y ocho años? (Morduchowicz, 2008). Dicho lo cual, se vuelve necesario conocer primero cómo son los chicos a esta edad.

Según la clasificación de las etapas evolutivas del niño (Jean Piaget, 1997), los chicos de siete y ocho años se hallan en la etapa conocida como “de las operaciones concretas”. Aún no manejan lo abstracto por lo que su forma de aprender es a través de la observación de la conducta de los demás y por lo tanto del ejemplo. No comprenden el lenguaje irónico ni el sarcasmo de tal manera que todo lo toman desde un sentido literal (Velasco, 2013). También en esta etapa las relaciones sociales se tornan más complejas y cobra un nuevo valor la interdependencia de los iguales, manifestada en el hecho de formar grupos y a asumir roles. La habilidad para imitar ahora ya es más selectiva, a diferencia de niños de edad inferior, y suelen preferir modelos alejados de su entorno familiar (Morán, 2010).

En cuanto a la forma de interactuar con la televisión, se conoce que los niños entre 7 y 9 años consumen televisión para adultos, y esto se debe, entre otros factores, a que los niños a esta edad se interesan por el mundo de los mayores y las situaciones que se presentan en él (Fuenzalida, 2005); ver televisión es una de las actividades que más se realiza en familia y por lo tanto los menores terminan adquiriendo preferencias televisivas que en realidad son heredadas de su propio entorno familiar.

Esta experiencia foránea también se evidencia en Ecuador, y gran parte de la problemática de la televisión respecto a los programas para adultos que ven los niños se debe justamente a que quien decide sobre lo que se va a ver en la pantalla es el adulto. Comprobable esto cuando en los sistemas de las empresas que realizan mediciones de audiencia se registra al adulto como la persona del grupo familiar que enciende el televisor, sin que esto descarte que el niño lo acompañe en el visionado; *“puede ser que lo disfruten, puede ser que no lo disfruten, puede ser que esté a medias pero a la final es una dinámica que ya está establecida: el niño se sienta, la familia se sienta, y ven el programa en conjunto”* (Herrera, 2013).

Considerando que esta etapa de los chicos, en la que su tiempo y sus relaciones sociales están compartidas entre el hogar y la escuela, su interacción con la televisión está relacionada con dos situaciones importantes de su cotidianidad (Fuenzalida, 2005). La primera tiene que ver con el estado en el que regresan de la escuela. Una de las primeras actividades al llegar a casa es encender

el televisor. La intención básica de este acto es el de relajarse frente a cualquier programa que encuentren en la pantalla sin necesidad de que su contenido sea de temática infantil, aunque prefieren siempre aquellos que les hagan reír ya que es una manera de re-energizarse. El segundo aspecto es la situación familiar. Las madres prefieren los programas de entretención para todo público, lo que a la vez favorece ver la televisión en familia y permite compartir. Por eso un género de amplio consumo es la telenovela, un género que los engancha más que por su contenido por la oportunidad de poder hacerlo en familia.

Sin embargo, en caso de existir la opción para que los chicos elijan lo que quieren ver suelen preferir la programación de la televisión por cable para observar programas que conecten mejor con sus expectativas (Fuenzalida, 2008).

La teoría de Lev Vygotsky (1978) que explica el desarrollo mental, lingüístico y social de los niños (Morrison, 2005), resalta que los pequeños adquieren conocimiento como resultado de su interacción con otros. Esta interacción fomenta el desarrollo.

En consecuencia, la manera de construir su realidad es a través de la forma de relacionarse con el mundo que los rodea. Y en ese aspecto la televisión tiene un alto grado de “representacionalismo” no solo por sus posibilidades técnicas intrínsecas que logran reproducir una realidad con fidelidad sino además para provocar una serie de respuestas en la audiencia (Orozco, 1999)

Dentro de esta dinámica social la televisión contribuye a construir esa realidad y entender el mundo, y lo hace a través de las representaciones sociales

que esta de la realidad. Pero estas no son la realidad en sí (Ander-Egg, 2012), sino una reconstrucción por medio de la actividad simbólica donde el individuo aporta algo creativo.

Las representaciones de la modernidad están dadas en las imágenes que la televisión da de ella (Jesús Martín-Barbero, 1999), y la televisión es el medio de mayor accesibilidad que tienen los niños, por lo tanto las audiencias infantiles están expuestas día a día a las representaciones sociales que la televisión hace de los acontecimientos de la vida. Pero esta realidad que presenta la televisión se vuelve “aplanada” (Tablante, 2005), entendiéndose como tal que generaliza modos de vida y de esta manera hace que el espectador, en este caso los niños, se vean reflejados en ellos.

Cuando esta representación se convierte en una serie de símbolos presentados frecuentemente como algo típico de un grupo social, se vuelve un estereotipo. Lo que hace entonces el estereotipo es captar algunos rasgos de algunos individuos y los generaliza para todo el grupo social convirtiendo estas características en un prejuicio. Y este es el verdadero problema de que la televisión exhiba estereotipos (Morduchowicz, 2010).

A través de su discurso mediático la televisión tiene un rol destacado en las diversas prácticas sociales (Santander, 2009). Dicho de otro modo, ejerce una importante influencia a la hora de introducir modos de vida entre otros conceptos relacionados con la sexualidad, tolerancia, justicia social y el respeto hacia el

otro. Es fundamental en la vida de los chicos cuando se trata de la construcción de su identidad (Morduchowicz, 2010).

Pero a su vez, las audiencias no son instancias planas; son capaces de realizar sus propias lecturas (televidencias) a partir de los componentes socioculturales de cada sujeto. De esta forma la interacción televisión-audiencia se revela como un proceso complejo, multidimensional y multidireccional, que abarca varios momentos, escenarios y negociaciones que trascienden la pantalla televisiva (Orozco, 2010).

Sin embargo, no se puede negar que dentro de la comedia aún permanecen vigente aquellos personajes estereotipados que guardan el esquema básico de hacer humor apoyados en el contraste lúdico del adulto torpe y el pequeño hábil, y que siguen dando resultado (Fuenzalida, 2008). Pero lejos de creer que estos programas solo representan distracción inútil se cree que podrían reafirmar las necesidades de logro de las audiencias infantiles, en especial en el exigente mundo actual.

De esto se infiere que los estereotipos cuando son positivos pueden resultar útiles a las audiencias.

En este proceso de las audiencias frente a los programas de televisión entran en juego un sinnúmero de referentes a los que se conoce como “mediación” (Orozco, 2010); visto ya en líneas anteriores, la mediación es el filtro o las diversas instancias que intervienen en el proceso de recepción y apropiación del significado de los medios.

Una de estas instancias mediadoras es la familia. Ya que el acto de ver televisión se produce básicamente en el hogar, los padres y la familia en general se convierten en el primer filtro de los niños para entender los contextos de recepción de los mensajes televisivos. De igual forma, el grupo de iguales funciona como filtro de interpretación, marcador de pautas de consumo y de adquisición de modelos de referencia (Aguaded, 1999).

No obstante, unos escenarios (calle, escuela, trabajo, etc.) pudieran ser más relevantes que otros. Esto depende de la especificidad de la audiencia. Para el caso que compete a este estudio, la escuela y la calle son escenarios importantes para las mediaciones situacionales de los niños ya que a través de sus juegos los niños realizan apropiaciones de la televisión (Orozco, 2010).

Pero esta idea de la familia reunida alrededor de la televisión (Morduchowicz, 2008), fue tradicional en los primeros años de aparición de la televisión donde un solo aparato en la sala/ comedor de la casa era compartido con todo el grupo familiar. Para esta autora el modelo ha cambiado y por lo tanto las prácticas sociales son diferentes en la actualidad.

Aún así, la televisión sigue representando para la familia la situación primordial de reconocimiento y en consecuencia la familia es considerada su unidad básica de audiencia; por eso la cotidianidad familiar (Martín-Barbero, 1998), es un lugar de mediación, pero no solo visto desde el ámbito de la recepción sino además desde el discurso televisivo en sí mismo. A través de la familia, como mediación, la influencia de los estereotipos negativos sobre las

audiencias infantiles puede ser positivamente minimizado. Tanto padres como educadores ejercen un importante filtro sobre los contenidos que los chicos reciben de la televisión, siempre y cuando estos actúen como instancias fuertes que los provean de conocimiento y argumento sobre determinados temas (Fuenzalida, 2005).

Estas mediaciones tendrían relación con el nivel cultural de sus padres lo que incluye una acción socializadora entre padres e hijos; y el capital escolar de los niños (López de la Roche, 2008). En otras palabras, la influencia de la televisión es menor cuando existe la interacción entre niños y adultos, y entre pares en edad.

Pero además en la interacción con la televisión se realizan varios esfuerzos cognitivos como la atención y la percepción; comprensión y asimilación; y finalmente apropiación y significación (Orozco, 1999).

Por otro lado, un aspecto más para entender la relación de las audiencias con la televisión y cómo se apropian de este medio es el nivel socio-económico.

En efecto, varios estudiosos de recepción reconocen que los chicos provenientes de hogares más pobres consumen mucha más televisión que aquellos de estratos medios, y casi el doble que los niños de hogares de estratos altos (Fuenzalida, 2005). Estos menores consideran a la televisión como una fuente de información y conocimiento puesto que encuentran en este medio las respuestas a muchas situaciones de la vida, ya sean de naturaleza familiar o escolar. Incluso en

la realización de las tareas escolares para los niños provenientes de hogares menos privilegiados, la televisión es de gran ayuda (Morduchowicz, 2010).

Ver televisión es para los más pequeños parte de sus actividades cotidianas familiares. Desde que llegan se relajan encendiendo el televisor para observar la programación que esté a su alcance. Almuerzan mientras miran la televisión e incluso realizan sus tareas sin ni siquiera competir con otras actividades que podrían realizar los chicos para disfrutar de su tiempo libre, como leer, hacer deporte, recibir clases de algún instrumento musical, o cualquier actividad extra escolar. Este comportamiento no se observa en los chicos de clase media ya que en este estrato social el tiempo de consumo en ver televisión está limitado y muchas veces no participa de las actividades cotidianas de los niños, como la hora de la comida o el momento de hacer los deberes escolares (Fuenzalida, 2008).

Finalmente, en material legal, un aporte relacionado con la problemática de la televisión y los niños en el Ecuador viene de parte del Estado con la formulación de la reciente Ley Orgánica de Comunicación (LOC). El artículo 65 de esta normativa establece tres franjas horarias: la franja familiar, de responsabilidad compartida, y adulta; clasificando la programación en: Tipo A, apta para todo público; B, apta para todo público con vigilancia de una persona adulta; y C, apta solo para personas adultas.

Dentro de la franja familiar, de 06h00 a 18h00, se podrán difundir contenidos solo de clasificación A; en la de responsabilidad compartida, desde las 18h00 a 22h00, los contenidos podrán ser de clasificación A y B; y en la franja

adultos, que corresponde a mayores de 18 años y en el horario de 22h00 a 06h00, el contenido es de clasificación C. La aplicación por parte de los canales de televisión de estas franjas horarias y su respectiva clasificación de contenidos supone un mejor control en la exhibición de contenidos no aptos para niños.

Ante todo lo expuesto no hay cosa más clara que entender que los niños son “expertos en televisión” y en todo lo que gira alrededor de ella (Merlo, 2003).

Hipótesis

Ante la ausencia de programas de ficción con temática infantil en la pantalla nacional, estos prefieren ver las comedias locales para adultos cuyos contenidos influyen en su comportamiento social.

Así mismo, la preferencia por estas comedias tiene mayor penetración en los niños de NSE medio bajo debido a la escasa o ninguna accesibilidad a la televisión por cable, donde hay mayor oferta de programas destinados a ellos.

Metodología

Para alcanzar los objetivos trazados a inicio de este estudio se llevó a cabo una investigación de tipo cualitativa exploratoria apoyada en la técnica de los grupos focales. Este tipo de investigación corresponde al paradigma socio-crítico, un método de investigación-acción. Bajo este paradigma se hizo uso de la observación cualitativa a un grupo de niños y sus respectivos padres de familia para determinar criterios analíticos con respecto a las comedias “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz”.



Otra técnica utilizada fue la entrevista a especialistas en la temática de la relación entre los niños y la televisión, para obtener información complementaria. Los profesionales consultados fueron:

- Lic. César Herrera, coordinador del Centro Audiovisual y Multimedia de CIESPAL
- Alicia Velasco, Psicopedagoga de TELEDUCA.
- Lic. César Ricaurte, director FUNDAMEDIOS.

Parte de las opiniones de los dos primeros entrevistados están ubicadas dentro del marco teórico del estudio mientras que las opiniones del último entrevistado se ubican en el apartado de anexos.

Población y muestra

La población escogida está compuesta por padres de familia y escolares de tercer curso de básica de las unidades educativas: “Técnico Agropecuaria Young Living Academy” y “Américo Vesputio”, correspondientes al distrito 9 y 2 de la ciudad de Guayaquil, respectivamente, y de NSE medio-bajo y medio-típico, con el fin de poder comparar el comportamiento de ambos grupos desde distintos niveles de la sociedad.

Para la selección de la muestra se consideró seguir las reglas de los grupos focales que aconseja como número ideal máximo para cada sesión doce.

Por consiguiente la muestra quedó conformada así:

Tabla 1. Población y muestra. Escolares

	Américo Vespucio	Young Living Academy
# Niñas	5	6
# Niños	5	6
Edad	7-8	7-8
NSE	Medio típico (C+)	Medio bajo (C-)
Total Participantes	10	12

Elaboración propia

Tabla 2. Población y muestra. Padres de familia

	Américo Vespucio	Young Living Academy
# Mujeres	8	6
# Hombres	5	1
NSE	Medio típico (C+)	Medio bajo (C-)
Total Participantes	13	7
*Observaciones	3 participaron en pareja	

Elaboración propia

Técnicas de investigación

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de grupos focales por ser efectiva para obtener información respecto a opiniones, puntos de vista y de percepción. También se echó mano de la técnica de observación durante las sesiones de los grupos focales para detectar reacciones de los participantes durante el conversatorio. Al grupo objetivo se les aplicó un cuestionario de

preguntas estímulo diferente para cada segmento. De igual forma se realizó con anticipación a las sesiones el visionado de tres capítulos de cada una de las comedias para analizar su estilo narrativo.

“Mi Recinto”

- ✓ Englishhh Aprehension
- ✓ Candelario y sus triglicéridos
- ✓ El chanco y el negro

“La Pareja Feliz”

- ✓ El Divorcio. Temporada 1
- ✓ El Panzón y Edmundo se hacen pasar por badeas. Temporada 3
- ✓ Hipopótamo hipocondríaco. Temporada 4

Resultados

Los resultados de esta investigación se enmarcan dentro del formato de informe de la técnica de los grupos focales. Es decir, por medio un reporte de cada una de las sesiones realizadas con los grupos objetivos.

Tras la revisión de las grabaciones audiovisuales de cada sesión y el respectivo levantamiento de la información, así como de las notas de campo tomadas durante el desarrollo de las sesiones, se procedió a transcribir, clasificar y analizar los datos obtenidos. La finalidad fue la de reconstrucción el ambiente de las sesiones para poder elaborar de manera más fidedigna el informe en el que constarán los datos sobre gustos, hábitos e intereses de los escolares escogidos para el estudio.

Informe de los grupos focales

Antecedentes

Se plantea la necesidad de realizar un estudio cualitativo para conocer la incidencia de las series “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” en el comportamiento social de los niños; así como las preferencias televisivas de estos.

En tal sentido este informe arroja los resultados de los grupos focales aplicados a escolares de 7 y 8 años y padres de familia del tercer curso de básica de las Unidades “Educativas Américo Vespucio” y “Young Living Academy”.

Perfil de los participantes

Para la selección del grupo objetivo conformado por los niños se tomó en cuenta las siguientes características:

- edad
- nivel socio-económico
- equidad de género dentro del grupo
- acceso a la televisión por cable

En cuanto al grupo objetivo correspondiente a los adultos el requisito a considerar fue ser los padres de familia de los mismos chicos seleccionados para el estudio. De igual forma para esta muestra se consideró la equidad de género.

Sinopsis de “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz”

En la comedia “Mi Recinto”, la temática refiere a un grupo de campesinos de la costa o montuvios ignorantes y desadaptados. Garañón es el nombre de su personaje principal, término que significa “hombre sexualmente muy potente”,

(RAE, 2012). El Garañón con sus gestos y actitudes dentro de la serie se encarga de confirmarlo; y lo exterioriza con ademanes salvajes como la acción de relinchar y galopar al ver a alguna mujer.

Mientras que Garañón personifica a un montuvio vivo, pícaro, valeroso y conquistador, sus compadres son personajes masculinos torpes, débiles, temerosos e ignorantes, y sobre todo en total desventaja viril en comparación con el compadre Garañón que además, eventualmente, tiene amoríos ocultos con la mujer de uno de sus compadres. “Las comadres”, personajes femeninos de “Mi Recinto”, en las primeras temporadas de la serie fueron interpretadas por modelos o actrices sexualizadas que vestían escotes, faldas cortas, y ropa ajustada marcando su figura femenina. En las últimas temporadas de la serie solo el personaje femenino “Tatianita” se ajustó a estas características. Sin embargo, dentro de su estilo narrativo la serie mantuvo su cuota de bromas machistas y estereotipadas con las que se dio a conocer en sus inicios.

En el caso de la serie “La Pareja Feliz” su personaje protagónico masculino es “El Panzón”, esposo de “La Mofle”. *Mofle* es un término popular que se utiliza para referirse a una persona gorda y desproporcionada (RAE, 2012). La Mofle lo es. Y también es el ejemplo clásico del estereotipo negativo⁵, de la mujer que ha perdido la figura estilizada de su época de novia y que ahora viste faldas, uso rulos, y se la pasa chismeando con sus vecinas.

⁵ Es la idea preconcebida que se tiene de un grupo o colectivo señalando de entre todas sus características las negativas, y simplificando así la realidad.

En cada capítulo “La Mofle” es constantemente maltratada por “El Panzón” de forma psicológica y verbal. La llama fea, gorda, bruta. A su vez, “La Mofle” en un acto de defensa y venganza minimiza la virilidad de “El Panzón” con indirectas en cuanto al funcionamiento y proporción de sus partes nobles.

“El Panzón” representa a un hombre de mediana edad, clase media trabajadora, y de educación secundaria; un hombre insatisfecho laboralmente pero sobre todo infelizmente casado y amargado por padecer el infortunio de tener a “La Mofle” como esposa. Se pasa deseando al resto de mujeres con las que tiene la oportunidad de interactuar en el universo de la comedia, e incluso se muestra atraído sexualmente por su empleada doméstica, la sexy “Rayobac”.

El ademán del Panzón, de golpear a su esposa cada vez que esta dice o hace algo que le molesta, se popularizó rápidamente entre los seguidores de la serie, al igual que la expresión de “La Mofle” quien ante la amenaza de maltrato físico responde a su esposo con la expresión: “no me hagas así que esa movida me cabrea”.

A continuación se muestran los resultados de los grupos focales realizados a las series “Mi Recinto” (MR) y “La Pareja Feliz” (LPF) en febrero de 2014.

Se realizaron en total cuatro sesiones que se desarrollaron en las instalaciones de cada unidad educativa durante el primer trimestre de 2014 y con una duración de una y media a dos horas por sesión.

El contenido de cada sesión consistió en un conversatorio grupal con los escolares y luego con los padres de familia. Todas las preguntas realizadas durante

el conversatorio fueron elaboradas de lo general a lo particular y de tal forma que ayudaran a encaminar la discusión del tema, y sobre todo en función de los objetivos del estudio.

Tabla 3. Jerarquía temática de preguntas. Grupo focal niños/padres

	Mi Recinto	La Pareja Feliz
Preguntas 1-3	Hábitos durante el visionado y preferencia televisiva en general	
Preguntas 4-13	Reconocimiento de los personajes, frecuencia del visionado y gusto temático (identificación)	
Preguntas 14-15	Comprensión temática de las series y de sus personajes	

Elaboración propia

La moderación de estas sesiones estuvo a cargo de la investigadora y autora de este estudio.

Desarrollo

- **Sesión 1**

Grupo objetivo: escolares de siete y ocho años / tercer curso de básica

Número de participantes: 5 niños; 5 niñas. Total 10.

NSE: C+ (medio típico) / acceso a televisión por cable

Unidad Educativa: “Américo Vespucio”

Categoría: Particular.

Distrito: Ximena N° 2

Objetivo general: Conocer la influencia de las series “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” en el comportamiento social de los chicos.

I. Hábitos a la hora de ver televisión

Todos los niños participantes dijeron ver televisión. La mayoría tiene el aparato en la sala. Además cinco de ellos tienen televisor en el cuarto de un integrante de la familia donde también tienen oportunidad de ver. Todos dijeron llegar de la escuela y ver la televisión. Tres dijeron hacerlo mientras comen, dos después de terminar de hacer los deberes y cinco de los participantes mencionaron ver mientras hacen los deberes y en compañía de otros familiares.

“Cuando yo estoy haciendo los deberes mi mamá está viendo sus programas entonces a veces hago una línea”. Niño, 7 años.

“Yo hago los deberes y mi mamá ve novela amores verdaderos”
Niño, 7 años

“Yo cuando estoy haciendo los deberes mi mamá ve faranduleros”. Niña, 8 años

II. Preferencia en la programación

Todos dijeron tener televisión por cable. Sus canales favoritos son aquellos que contienen programación infantil. Entre los más nombrados están Cartoon Network, Disney Junior y Disney XD. Los programas que dijeron ver por orden de mención fueron:

1. Phineas and Ferb

2. Bajoterra
3. Mi pequeña mamá
4. Nobita
5. Hora de Aventura
6. El Combo amarillo
7. Calle 7
8. Así Pasa
9. Los Simpson
10. Princesa Sofía
11. Violeta
12. VEO-VEO

Cabe señalar que dos de los participantes dijeron ver programas de noticias. Además, es importante señalar que de los once programas mencionados cuatro de ellos son de producción nacional.⁶

III. Reconocimiento de personajes de LPF

Se mostró a los escolares una impresión a colores de los protagonistas de “La Pareja Feliz” los cuales fueron inmediatamente reconocidos. Mencionaron primero los nombres de los personajes y luego el de la serie. También conocen el nombre del canal que la emite. La foto muestra al Panzón y a la Mofle en actitud de pelea donde El Panzón amenaza golpear a la

⁶ “El Combo Amarillo” y “Así Pasa” son comedias producidas por “Ecuavisa”; “Calle 7” es un programa de concurso y entretenimiento producido por “Tc, Mi canal”; y VEO-VEO es un programa educativo producido por el canal de televisión del Ministerio de Educación.

Mofle con su antebrazo. Al ver la imagen uno de los participantes mencionó la característica frase de La Mofle: “no me hagas así que esa movida me cabrea”.

“El Panzón hace así (ademán de golpear)”. Niño, 7 años

Al preguntarles si veían la serie, cinco de ellos levantaron la mano afirmándolo. Algunos dijeron ya no verla debido al horario en el que actualmente está programada (22h00).

“Tenemos que dormir para ir a la escuela”. Niño, 7 años

“Antes era temprano ahora es tarde”. Niño, 7 años.

“Yo veía con mi abuelita porque a mi abuelita le encanta a mi no me gustaba pero ya me acostumbré”. Niña, 8 años.

Siete dijeron ver la serie acompañados.

Gusto temático de la serie LPF

Les gusta la serie porque consideran que los hace reír. Han visto varios capítulos y comentaron las situaciones. Lo que más les llama la atención es la pareja protagónica: La Mofle y El Panzón, y conocen las características y la psicología de los personajes.

“Hacen reír cuando se van los dos a la cama porque ahí pelean demasiado”. Niño, 7 años

IV. Comprensión temática de la serie LPF

Al preguntar de qué se trata la serie describieron la actitud del Panzón hacia su esposa La Mofle así como la razón por la cual la maltrata y rechaza.

“Él nunca quiso casarse” Niño, 7 años

“Es que cuando ellos se casaron ella era flaca... luego empezó a comer y se hizo así” Niño, 7 años

“Y más bonita...” Niña, 8 años (antes)

“No la quiere porque es gorda”... Niña, 8 años

Saben el significado de la palabra Mofle así como entienden la expresión *“esa movida me cabrea”* y el contexto en el que los personajes utilizan la frase.

“Cuando quieren hacer besos (gesto de besarse) el panzón le hace así (gesto de golpear)” Niño, 7 años

“Las amigas le dicen Mofle de cariño y él para molestarla... es apodo... porque ya no la quiere” Niño, 7 años

“Gorda”. Niña, 7 años

“Si tanto no la quiere por qué no se rompen el matrimonio...”. Niño, 7 años

“La mofle si lo quiere y El Panzón no”. Niño, 7 años

También mencionaron que El Panzón prefiere a la empleada “Rayobac”, y que este les parece feo. Dijeron que sería mejor que se divorcien pues no se llevan bien pero creen que si La Mofle adelgazara El Panzón la volvería a querer.

“Que mejor se divorcie... Rayobac no lo quiere porque es gordo”. Niño, 7 años

“Si él baja de peso tal vez porque debe ponerse un buen peinado y sacarse la barba”. Niño, 7 años.

“Peor esa mujer que tiene hasta bigote” Niño, 7 años.

V. Reconocimiento de los personajes de MR

Se mostró a los escolares una impresión a colores de los protagonistas de la serie “Mi Recinto”. Tanto la serie como los personajes fueron rápidamente identificados por sus nombres: “vieja Bertha”, “Garañón” y “Tatianita” fueron los personajes mencionados.

El “cachudo”. Niño, 7 años.

Cuatro de los participantes dijeron ver la serie, 6 dejaron de verla. A tres de ellos les prohibían ver el programa. La mayoría no ve la serie por motivos de horario.

VI. Gusto temático de MR

La mayoría dijo reírse con la serie y sus personajes. Solo una participante mencionó no gustar del programa ni a ella ni a su mamá.

“Yo veo porque me hace reír”. Niña, 8 años

“A mí no me dejan”. Niña, 8 años.

“A mi mami no le gusta que vea eso y a mí tampoco me gusta”. Niña, 8 años

VII. Comprensión temática de MR

Respecto a la serie “Mi Recinto” un participante mencionó haberse asustado por un capítulo sobre zombis. Cuando se le preguntó a una de las niñas por qué no la dejaban ver el programa, mencionó que el motivo era su protagonista El Garañón.

- **Sesión 2**

Grupo objetivo: Padres de escolares de tercer curso de básica

Número de participantes: 8 Mujeres; 5 Hombres. (Tres parejas de padres). Total 13

NSE: C+ (medio típico) / acceso a televisión por cable

Unidad Educativa: Américo Vespucio

Categoría: Particular, categoría B.

Distrito: Ximena N° 2

Objetivo general: conocer la influencia de las series “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” en el comportamiento social de los chicos.

I. **Hábitos a la hora de ver televisión**

La mayoría de los participantes coincide en que sus hijos ven televisión mientras almuerzan y luego de hacer las tareas.

“En la tarde y parte de la noche... en la hora del almuerzo por lo general”. Mamá

“Mis hijos también... estamos almorzando y vemos los programas que estén dando...”. Mamá

“Pasan todo el tiempo viendo televisión”. Papá

“Los bebés ven casi todo el día televisión”. Papá

En todos los hogares con excepción de dos existe más de un televisor. Se mencionó también en la mayoría de los casos que el

televisor se prende muy temprano en la mañana y se apaga a las diez de la noche.

“Yo casi no paso en mi casa pero yo le apuesto de que el televisor va estar casi todo el día prendido”. Papá

Algunos dijeron que mientras los chicos hacen deberes el televisor permanece apagado. Por otra parte cuatro participantes dijeron que sus hijos hacen los deberes viendo televisión.

“Uno se concentra y termina más rápido... mi hijo hace lo mismo”. Papá

Algunos padres aclararon que cuando está prendido el televisor los chicos solo están escuchando mientras realizan sus tareas.

“La televisión prendida pero no ellas enfocadas a la televisión”. Mamá

“El televisor está prendido pero mi hija a veces está en el cuarto de ella o en el comedor haciendo sus tareas”.

Mamá

“por lo regular el televisor siempre está hacia los muebles y ellos en los muebles no hacen los deberes”

La mayoría mencionó que el tiempo que se dedican los chicos a ver televisión es entre dos y cinco horas y sobre todo los fines de semana. Casi siempre están acompañados de sus padres o hermanos mayores.

II. Preferencia en la programación

Los participantes mencionaron que los programas que ven sus hijos son los que hay en el cable, y tienen conocimiento de los nombres de los canales y de los programas que los menores ven.

“Los niños de ahora tienen la gran ventaja de que tienen cable e internet y ven lo que ellos quieren”. Papá

Respecto a los programas que no son específicamente de contenido infantil dijeron que sí les llama la atención pero consideran que se debe a la compañía con la que se sientan a ver.

“Terminan viendo un programa porque uno los ve”

De los programas nacionales que mencionaron ver en compañía de ellos están “Combate”, “Calle 7” y “El Combo Amarillo” y los noticieros. Todos comentaron sobre la escasez de programas dirigidos al público infantil.

“De niño solamente hay EDUCA, de ahí nada”. Mamá

“El fin de semana, algunos... mientras tanto no hay para criaturas”. Papá

“De una a una y media que salen de clases hay la farándula y novelas”. Mamá

III. Reconocimiento de los personajes de MR

Todos conocen la serie. Algunos dijeron que ya no transmitían el programa. Otro padre aclaró que la transmiten los fines de semana.

Todos conocen a los personajes y la temática de la serie y entiende que se trata de un programa cómico.

IV. Gusto temático de MR

Uno de los padres mencionó que era una serie del agrado de su hijo. La mayoría expresó que lo que creen que les llama la atención a los niños es el personaje de Garañón.

“Le fascina a mi hijo eso”. Papá

“La audacia de él (Garañón)”. Papá

“La comedia... es lo que más les atraía del programa..!”

Papá

V. Comprensión temática de MR

Dos padres de familia reconocen que el contenido del programa maneja una forma de lenguaje inapropiado y a uno de ellos es lo que más le molesta.

“Yo entiendo que en ese programa hay hartísima patanada”. Papá

“... las patanadas” Mamá

Otros padres mencionaron haber prohibido el programa a su hijo.

“Ese Garañón no se ve en mi casa”. Mamá

“Lo que pasa es que hace mucho tiempo era más vulgar”.

Papá

VI. Reconocimiento de los personajes de LPF

Todos conocen la serie y sus personajes. Saben que se trata de un programa que era transmitido en horario para adultos. Mencionaron que sus hijos no la ven debido a que la transmiten en un horario donde ya están dormidos (22h00).

“no porque están dormidos”. Papá

VII. Gusto temático de la serie LPF

Expresaron rechazo por la serie debido a su contenido y consideran que aunque cambiara de horario sus hijos tampoco la verían. Una madre expresó tener prohibido el programa en su casa debido a la temática de la comedia.

“No me gusta ver eso a mí tampoco y al bebe tampoco”.

Mamá

“la falta de respeto entre esposo y esposa”. Mamá

VIII. Comprensión temática de LPF

Se mencionaron los conceptos de machismo, feminismo y racismo como parte del contenido de las situaciones humorísticas.

“Nada bueno... burla”. Mamá

“Traición...” Papá

“No son para niños si no para personas con criterio formado”. Mamá

- Sesión 3

Grupo objetivo: escolares de 7 y 8 años / tercer curso de básica



Número de participantes: 6 Niños; 6 Niñas. Total 12

NSE: C- (medio bajo) / sin acceso a televisión por cable

Unidad Educativa: “Young Living Academy”

Distrito: N° 9

Objetivo general: conocer la influencia de las series “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” en el comportamiento social de los chicos.

I. Hábitos a la hora de ver televisión

Al preguntar si ven televisión todos afirmaron verla. Siete de ellos aseguraron tener televisión por cable. Seis de los participantes dijeron hacer los deberes mientras ven televisión. La mayoría ve televisión con sus padres o hermanos.

“Yo hago así (ademán de escribir y ver televisión de reojo)... ja, ja”. Niño, 7 años.

II. Preferencia en la programación

Los programas mencionados fueron:

1. Rayo Mcqueen
2. Peleas (Jackie Chang)
3. Películas
4. VEO-VEO
5. Las Princesas
6. Secretarias
7. La Pantera Rosa

Entre los canales que dijeron sintonizar están:

1. Tc, Mi canal
2. Canal Uno
3. Discovery Kids
4. Canal 7

III. Reconocimiento de los personajes de MR

Se mostró a los escolares una impresión a colores de los protagonistas de la serie “Mi Recinto”. Diez de los doce participantes dijeron verla. Conocen el nombre del personaje principal y su comportamiento dentro del programa.

“Garañón es malo porque se acuesta con hartas mujeres”.

Niña, 8 años

“Garañón le dice (al compadre) ahí viene el cachudo”.

Niño, 7 años

Todos dijeron conocer la serie aunque dos de ellos no la ven, sin embargo, identifican a todos los personajes y las relaciones entre sí.

Dos niños se prestaron para interpretar a Garañón y al Compadre Candelario (apodado “saco de cachos”) el resto de niños se rieron y aplaudió la interpretación.

“!Susiiii, Susiiii!” (Silbido del personaje)” Niño, 7 años.

“Candelario coge el machete y le corta el... (referencia a órgano sexual masculino)...” Niño, 7 años

IV. Gusto temático de MR

A la mayoría les gusta y divierte la serie y dijeron verla los sábados. A varios de ellos lo que más les gusta es el personaje de Garañón. A quienes no les gusta la serie dijeron sentirla aburrida.

“Es feísimo ese programa” Niña, 7 años

“Yo si veo eso” Niño, 7 años

“Me parece interesante”. Niño, 7 años

Dos niñas dijeron que en su casa no les permiten ver el programa por ser una serie para adultos.

V. Comprensión temática MR

Entienden bien la característica de los personajes y sus motivaciones; por ejemplo que Garañón flirtea con Susi, la esposa del compadre Candelario, por lo cual le dicen “el cachudo”, “saco de cachos”, etc. Al preguntárseles si consideran que es un programa para niños o adultos opinaron que es un programa para adultos porque “salen cosas malas” refiriéndose sobre todo al personaje Garañón.

“Malcriadeces de Garañón”. Niños, 7 años

“Se quitan la ropa”. Niño, 7 años

“Para hacerles el amor...” Niño, 7 años

“Dicen: ven a la cama mamacita” Niño, 7 años.

Uno de los participantes (niño, 7 años) comentó con respecto a todas las situaciones y acciones de los personajes de la serie “Mi Recinto” que todo era de mentira.

VI. Reconocimiento de los personajes de LPF

Se mostró a los escolares una impresión a colores de los protagonistas de la serie “La Pareja Feliz” y la primera reacción fue mencionar los nombres de sus protagonistas. Además mencionaron los nombres de los actores que los personifican.

Con excepción de tres participantes, dos niños y una niña, todos han visto la serie.

“El Panzón le hace así a la Mofle cuando le tiene rabia y ella le dice no me hagas así que esa movida me cabrea”.

Niña, 8 años

Algunos dijeron ver el programa en compañía de sus madres o padres. Otros mencionaron haberlo visto solos en algunas ocasiones.

VII. Gusto Temático de LPF

A la mayoría (7) les gusta el personaje La Mofle ya que les parece que sus actitudes y lenguaje son divertidos.

“Me da risa cuando se pone brava”. Niño, 7 años

“Cuando dice eso: ‘me cabrea’”. Niña, 7 años.

Otros dijeron que no les gusta el vestido ni el cabello del Panzón.

VIII. Comprensión temática de LPF

Entienden las expresiones tanto físicas como verbales que manejan los protagonistas de la serie. Tienen comprensión de ademanes y bromas con sentido sexual y las toman como graciosas. Una de las participantes imitó el gesto que hace La Mofle para referirse al acto sexual.

“Cuando hace así (golpe contra los dientes inferiores)”.

Niña, 8 años

También mencionaron la temática de la relación de los personajes y entienden que se trata de una pareja que no tiene buena relación matrimonial. Todos coincidieron y mencionaron, en coro, que El Panzón no quiere a la Mofle. Al preguntar si El Panzón la quisiera si La Mofle fuera flaca todos opinaron que sí.

“Antes sí porque era bonita”. Niña, 8 años.

- **Sesión 4**

Grupo objetivo: padres de escolares / tercer curso de básica

Número de participantes: 6 mujeres; 1 hombre. Total 7

NSE: C- (medio bajo) / sin acceso a televisión por cable

Unidad Educativa: “Young Living Academy”

Distrito: N° 9

Objetivo general: conocer la influencia de las series “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” en el comportamiento social de los chicos.

I. Hábitos a la hora de ver televisión

La mayoría mencionó que el televisor se prende en las mañanas y se apaga antes de ir a dormir. Sin embargo, también mencionaron que mientras hacen las tareas sus hijos no ven televisión. Solo una madre participante dijo que el televisor estaba prendido mientras su hijo realizaba sus deberes.

“A las seis AM”. Mamá

“Cuando llego del trabajo hasta las diez, once”. Papá

“En la mañana se van a la escuela, me pongo a ver novelas”. Mamá

II. Preferencia en la programación

Los programas mencionados fueron en su mayoría los emitidos en canales de televisión abierta y sobre todo de producción nacional. Dicen no tener programas favoritos pero la mayoría mencionó ver la comedia Secretarias⁷. También mencionaron los dibujos animados y una participante dijo tener televisión por cable donde ven canales para niños.

III. Reconocimiento de los personajes de la MR

Todos conocen la serie. Cuando se preguntó si los chicos veían el programa algunos dijeron verlo de vez en cuando. Dos dijeron no verlo.

⁷ Comedia nacional emitida por Tc Mi canal desde 2013.

“lo veía y ya no porque están repitiendo lo mismo”. Mamá

“Cuando yo no estoy ella (hija) lo pone”. Papá

“A Luis a veces le llama la atención”. Mamá

IV. *Gusto temático de MR*

Nadie ha prohibido la serie a sus hijos. Dijeron considerarla cómica aunque uno de ellos mencionó no estar de acuerdo con el comportamiento del Garañón.

“Hace reír”. Mamá

“A mí me gusta verlo un ratito por lo que hace reír

Garañón”. Mamá

“Que es como vacilón... mi hijo entonces aprende”. Mamá

V. *Comprensión temática de MR*

Conocen el contenido de la serie y la consideran familiar.

“Si hay alguna cosa que no puedan ver, yo cojo y lo cambio”. Mamá

VI. *Reconocimiento de los personajes de LPF*

Todos conocen la serie. Dijeron que sus hijos ya no la ven por motivos de horario.

“Había un horario a la una, en ese horario la veían”.

Mamá

VII. *Gusto temático de LPF*

Les causa comicidad el hecho de ver como los personajes están descuidados en su imagen. Solo una madre mencionó que no le gustaba la forma de hablar de La Mofle

“No me gusta ella como habla”. Mamá

VIII. *Comprensión temática de LPF*

La mayoría considera que es un programa familiar. Solo una madre expresó que era más para adulto que para niños.

“Si hay algo malo apagamos, cambiamos”. Mamá

Análisis de los resultados

Hábitos de consumo

Una vez organizada la información de las sesiones focales lo primero que se confirma entre los chicos de ambos segmentos socio-económicos -medio bajo y medio típico- es el hábito de ver televisión al llegar de la escuela. Esta conducta se apoya en lo que algunos autores reconocen como la necesidad de desconectar con la escuela y pasar de un estado de rendimiento a uno de relajación. En otras palabras, ver televisión los desestresa.

Del mismo modo, para la mayoría de la muestra participante la televisión es parte de su día a día ya que no solo mientras comen la miran sino además un gran número de chicos lo hace mientras realiza sus tareas, luego de ellas, durante la merienda, después de bañarse e incluso antes de dormir.

En cuanto a la realización de tareas en compañía de la televisión se descubre a partir de los datos recogidos que esta conducta es aceptada como

normal por la mayoría de los padres y no lo asocian con un hábito negativo ya que consideran que los chicos están concentrados en sus tareas sin prestar atención a los programas que el resto de la familia mira en la pantalla.

Preferencia en la programación

Hay una gran tendencia a observar los noticiarios, telenovelas y programas de farándula entre los niños seleccionados para el estudio. Esto responde a la costumbre de ver televisión en familia que hace que los chicos se adapten a la programación elegida por los adultos. No obstante, los chicos por elección propia prefieren ver programas infantiles que contengan acción, riesgo y aventura, de preferencia para los niños, e historias de fantasía y de intereses afectivo de preferencias para las niñas. Esto se constata en la lista de programas, tanto nacionales como extranjeros, mencionados por los chicos de ambos segmentos.

Sin embargo, uno de los principales hallazgos de este estudio subraya el hecho de que tanto entre los chicos que tienen televisión por cable -con programación específica para ellos- como aquellos que no la tienen, el consumo de comedias nacionales para adultos tiene igual grado de aceptación. Este fenómeno se debe a la identificación que siente la audiencia infantil con los personajes de estas comedias que se desenvuelven en un contexto que es inmediato y cercano. Es decir, las historias son reconocidas como parte de una realidad que los representa a pesar de su contenido discriminatorio.

Una preocupación generalizada por parte de los padres que conforman la muestra, es la necesidad de programación suficiente en la televisión nacional que sea dirigida a los niños.

Reconocimiento de los personajes de MR y LPF

El estudio demuestra que los niños de ambos segmentos socio-económicos conocen muy bien los nombres, expresiones, características y motivaciones de los personajes de las comedias. En este punto sobresale el hecho de que ambas series son vistas por los chicos en compañía de los adultos a su cargo.

Gusto temático de MR y LPF

A los chicos de ambos segmentos, los personajes y situaciones de estas series les causan comicidad por sus tramas divertidas y la forma de vestir y hablar, lo que a la larga les crea identificación. Sin embargo, hay una diferencia de gustos entre los chicos dependiendo del segmento socio-económico al que pertenecen. Mientras los menores del segmento medio típico se muestran más entusiasmados con las situaciones de “La Pareja Feliz”, y lo que más llama su atención son sus protagonistas “La Mofle” y “El Panzón”, los chicos del segmento medio bajo demuestran mayor agrado por las características y situaciones jocosas de los personajes de la serie “Mi Recinto”.

Esta diferencia podría deberse a que las series pertenecen a canales de televisión que manejan diferentes *targets*⁸ de audiencia y por consiguiente sus

⁸ En Marketing se refiere al público objetivo al que va dirigido un producto o servicio.

productos están creados en función de las preferencias y necesidades de estos targets.

Comprensión temática de MR y LPF

Un hallazgo novedoso relacionado al contenido de estas series es la aceptación por parte de los padres, pertenecientes al segmento medio bajo, de la temática y personajes de ambas comedias a las que consideran de consumo familiar. En contraposición, los niños de este mismo segmento consideran a la serie “Mi Recinto” como un programa para adultos debido sobre todo al contenido de carácter sexual que maneja. Ninguno de los padres del segmento medio bajo mencionó prohibir el visionado de las series a sus hijos.

Esta diferencia de criterio probablemente tiene relación con la brecha generacional existente entre padres e hijos de este segmento, ya que para los primeros estos contenidos discriminatorios han sido socialmente aceptados durante muchos años en el contexto cultural ecuatoriano.

En cuanto a los padres del segmento medio típico estos mostraron rechazo al visionado de ambas comedias por parte de sus hijos señalando que “La Pareja Feliz” es una serie solo para adultos.

Esta vez la diferencia de gustos entre los padres de un segmento socio-económico y otro se asocia, probablemente, su nivel de escolaridad.

Sin embargo, los escolares de ambos segmentos tienen conciencia de que se trata de personajes no reales dentro de un universo inventado con situaciones ficticias, puesto que a esta edad manejan las convenciones del formato.

Discusión

De los datos obtenidos en el análisis de los resultados se desprenden algunos puntos de debate respecto a cómo influyen las series “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” en el comportamiento social de los menores elegidos para este trabajo de investigación.

En esta revisión cabe destacar la metodología para obtener los datos. Las sesiones focales permiten conocer los criterios, impresiones y comportamientos de los menores en relación al tema expuesto. La acertada programación de estas sesiones -el mismo día para padres e hijos- impide que ambos grupos objetivos intercambie información lo que evita que se contamine la muestra social seleccionada. Sin embargo, la información obtenida al ser de carácter cualitativo podría presentarse influenciada debido al intercambio de ideas entre los participantes que conforman la muestra.

Es así como, este estudio indica que tanto los menores de NSE medio-típico como los de NSE medio-bajo que integran la muestra conocen las series “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz”, y además identifican el contenido de ambas como contenidos dirigidos a público adulto. No obstante, el visionado de las series es común para ambos grupos sin presentar alta penetración en ninguno de los NSE estudiados. Esto rechaza la creencia de que el NSE medio-bajo, por tener menos accesibilidad a la programación de televisión por cable, tenga mayor preferencia por las series. De igual manera el visionado de las series no influye en su conducta. Aunque es indiscutible que los niños imitan lo que ven, sobre todo si

el modelo a imitar les resulta atractivo (García, 2008), en las muestras seleccionadas no se corrobora situaciones en las que alguno de los participantes haya tenido un comportamiento influenciado por su visionado.

En este mismo orden de ideas, y contrario a lo planteado al inicio de este estudio, los niños de ambos NSE no prefieren las comedias nacionales para adultos; sin embargo, su visionado se da a partir de los hábitos de consumo televisivo de sus padres o de los mayores a su cargo.

Así mismo, el estudio revela que los menores, en tanto y cuanto pueden, emigran a los canales de televisión pagada para disfrutar de programación con temática infantil. Todo lo anterior concuerda con estudios de recepción de audiencias realizados en la región (Fuenzalida, 2005), donde se destaca que el alto consumo entre los niños de 7 y 9 años de programas catalogados como familiares o para público adulto, se debe a su interés por el mundo de los mayores.

Por otra parte, el efecto de imitación no cumple su función en los menores de la muestra como en el caso de los escolares -mencionados en una sección anterior de este mismo estudio- sancionados en un establecimiento educativo de la ciudad por imitar los gestos y palabras del compadre Garañón. Lo cual difiere con la teoría del Aprendizaje Social de Albert Bandura y su experimento con el muñeco “Bobo”.

Esta diferencia de comportamientos entre los escolares de la muestra y los del caso expuesto como ejemplo podría deberse al tipo de mediación existente en

ambos grupos. Es decir, al papel que ejercen los padres o la escuela como mediadores entre la televisión y los chicos (Fuenzalida, 2008), (Orozco, 1999).

No obstante, los personajes y las situaciones humorísticas cargadas de contenido discriminatorio que reflejan racismo, violencia de género, sexismo y otras afectaciones de carácter social, sí influyen en la percepción de los menores; dicho de otro modo, si bien no influye en su comportamiento de manera directa se estima que lo hace en su forma de concebir al otro, y concretamente a aquellos pertenecientes a los grupos vulnerables de la sociedad.

Esto último coincide, parcialmente, con los estudios de monitoreo de medios realizados por CPC a la programación nacional, en los que indica que los mensajes sexistas y de violencia de la pantalla chica llega a los menores de manera directa; pero además afirma que estos menores expuestos a estos mensajes repiten expresiones y actitudes sin detallar el contexto en el que estas se replican.

Así mismo, el presente trabajo no abarca un análisis más profundo del objeto de estudio debido en gran parte al factor tiempo y disponibilidad de los integrantes de la muestra; pero, en caso de presentarse las condiciones favorables se considera conveniente dentro de este estilo de investigación aplicar la observación participante para de esta manera lograr describir sistemáticamente el comportamiento de los menores en su escenario social, y participando de sus actividades.

Desde esta misma perspectiva convendría escoger a cada niño de la muestra por separado para evaluar si existe una relación entre lo que ve en

televisión y el comportamiento individual, lo que le otorgaría resultados más efectivos a la investigación.

Como desafío para la televisión educativa se propone la creación de programas alejados del discurso pedagógico considerando que todo intento de educar por televisión causa rechazo en las audiencias infantiles y emulando la nueva forma de hacer televisión para niños a nivel mundial, donde el formato tradicional del adulto que guía/enseña al menor a manera de profesor de escuela ha sido reemplazado por contenidos donde los propios niños protagonizan sus aventuras y experiencias. Para esto, los periodos alejados de la actividad escolar (vacaciones, fines de semana) son los más recomendables para producir impacto a través de conceptos educativos, educando sin aburrir.

Para esto último, una forma efectiva es la de generar programas de ficción los que suelen ser nulos o escasos en la televisión educativa local, pero es uno de los productos culturales y mediáticos más representativos para el público iberoamericano (OBITEL, 2012), y que con mayor frecuencia está anclando en sus narrativas problemáticas socioculturales que atañen a la región.

De igual manera, se precisa que junto a las normativas que regulan los contenidos en la televisión se promueva la educación a las audiencias. Esta competencia se generaría en los primeros años escolares para formar televidentes críticos que a su vez colaboren con el nivel de calidad temática de las producciones cómicas nacionales, y en general.

Conclusiones

Discutir sobre la dinámica entre la televisión ecuatoriana y la audiencia infantil se torna necesario al considerar que la televisión es un medio de comunicación masiva que en todo el mundo tiene un nivel de penetración en los niños igual o mayor al de la escuela, y por consiguiente supone un medio de aprendizaje para ellos.

Este estudio aclara varios puntos que se vuelve indispensable tener presente al momento de abordar el tema de la relación entre la televisión y los niños. Entre estos está qué, la popularidad de las comedias “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz” sí cuenta con la participación de los niños dentro de su audiencia aunque este registro no se haga efectivo en los informes de medición de ratings. Los menores de ambos NSE consumen televisión con temática adulta y consideran a las comedias “Mi Recinto y La Pareja Feliz” como series para adultos. Fuera de la televisión pública no existe programación infantil producida por los canales de televisión comercial por lo que la falta de oferta con identidad local lleva a los más pequeños a consumir producciones creadas para los adultos. Los niños seleccionados para la muestra entienden los códigos televisivos, manejan el lenguaje de las imágenes, conocen los formatos, y en general entienden la dinámica que establece la televisión para llegar al espectador. Además conocen la oferta infantil de la televisión por cable, incluso aquellos chicos que no tienen acceso a la misma. En general las audiencias infantiles son grandes conocedoras de la televisión además de fieles seguidoras.

La investigación también permite confirmar que la repercusión de los personajes principales estas comedias, “Garañón”, “El Panzón” y “La Mofle”, en algunas costumbres y tradiciones como fiestas de disfraces, construcción del monigote de fin de año, merchandising, etc. son indicativos de que estas series están insertas en las prácticas sociales locales.

Ante todo lo expuesto, se concluye que los personajes y las situaciones humorísticas de las comedias “Mi Recinto” y “La Pareja Feliz”, cargadas de contenido discriminatorio que reflejan racismo, violencia de género, sexismo, y otras afectaciones de carácter social, no influye en el comportamiento de los escolares de 7 y 8 años.

Esto da una respuesta parcial al objetivo principal de este estudio que intentaba identificar de qué manera influyen dichas series en la repetición de palabras, gestos y actitudes en los menores, y sus efectos en las audiencias infantiles. Sin embargo, la investigación demuestra que las temáticas de ambas comedias y sus personajes, sí influyen en la percepción de los niños, o lo que es igual decir, distorsionan su manera de concebir al mundo y por ende al otro. Por lo tanto el contenido de estas series estaría reforzando en los chicos estereotipos de manera negativa, y como consecuencia su percepción de la realidad.

También es necesario señalar que las audiencias están evolucionando y por lo ende sus exigencias de una programación de mayor calidad y más desafiante obliga a la producción televisiva nacional a cambiar sus contenidos y sus estrategias para satisfacer las necesidades de estos nuevos públicos.

La acción socializadora que tiene la televisión la hace responsable de crear una programación orientada al público infantil cuyo contenido promueva identificación. Y diversidad es la palabra clave para lograr la calidad televisiva que la pantalla ecuatoriana necesita. Este estudio considera que la oferta de producción audiovisual, y en específico de programación infantil en el Ecuador, no debe limitarse solo a temáticas educativas sino también a contenidos que sean de interés y aceptación para los chicos, entendiendo que la televisión no solo es buena cuando enseña.

Finalmente es preciso reconocer que la televisión llegó para quedarse, y entender que en la vida de los chicos será siempre una relación duradera, por lo que más allá de insistir en conocer los efectos que esta produce en los más pequeños es preferible continuar preguntándose qué es lo que estos hacen con la televisión a partir de su primer contacto.



Bibliografía

- Aguaded, J. I. (1999). *Convivir con la Televisión*. Barcelona: Paidós.
- Ander-Egg, E. (2012). *Diccionario de Psicología*. Córdoba: Brujas.
- Asamblea Nacional. (23 de junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Código de Ética de la Asociación de Canales de Televisión del Ecuador. (2007).
- Corporación Participación Ciudadana. (Julio-Septiembre de 2010). *Corporación Participación Ciudadana*. Recuperado el 2012, de Proyecto Disminución del Sexismo y la Violencia de Género: <http://www.participacionciudadana.org>
- Fuenzalida, V. (2005). *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Bogotá D.C: Norma.
- Fuenzalida, V. (2008). Cambios en la relación de los niños con la televisión. *Revista Comunicar*, 49-54.
- García, M. d. (2008). *Televisión, violencia e infancia*. Barcelona: Gedisa.
- Grandio, M. D. (2009). *Audiencia, Fenómeno, Fan y Ficción Telivisiva: el Caso de Friends*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ISBN1597544809,9781597544801>
- Herrera, C. (Noviembre de 2013). (C. Stacio, Entrevistador) Quito.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Encuesta, Guayaquil.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2012). *Encuesta de Empleo, Desempleo y Subempleo*. Encuesta, Guayaquil.
- Jean Piaget, B. I. (1997). *Psicología del niño* (Décimo séptima ed.). Madrid: Morata.
- Jesús Martín-Barbero, G. R. (1999). *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (Vol. 2 de Estudios de televisión). Barcelona: Gedisa.
- López de la Roche, M. (2008). ¿Aprenden las audiencias infantiles con los medios? *Revista Comunicar*.
- Martín-Barbero, J. (1998). *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.

- Martínez, I. (2002). *Tv, quién decide lo que ven tus niños*. México: Editorial Pax.
- Merlo, T. (2003). *Perspectivas Sistémicas*. Recuperado el febrero de 2015, de <http://www.redsistemica.com.ar/tele2.htm>
- Morán, E. (2010). *Psicología de los Ciclos Vitales*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia: significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires: Paidós.
- Morduchowicz, R. (2010). *La Tv que queremos: una televisión de calidad para chicos y adolescentes*. Buenos Aires: Paidós.
- Morrison, G. S. (2005). *Educación infantil* (9na ed.). (M. d. López, Trad.) Madrid: Pearson Educación.
- OBITEL. (2012). *Transnacionalización de la Ficción Televisiva en los Países Iberoamericanos*. Porto Alegre: Editora Meridional Ltda.
- OBITEL. (2013). *Memoria Social y Ficción Televisiva en Países Iberoamericanos*. Porto Alegre: Editora Meridional Ltda.
- Observatorio Ciudadano de la Comunicación. (2008). *Tercer Estudio Técnico en Programas de Entretenimiento en Televisión*. Informe recibido vía e-mail, Cuenca.
- Orozco, G. (11 de séptiembre de 1999). La Mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias. *Comunicación y Sociedad*(10), 107-128.
- Orozco, G. (2010). *Televisión y audiencias*. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ISBN 8479604522, 9788479604523>
- Orozco, G. (2010). *Televisión y audiencias* (Primera ed., Vol. 6 de Proyecto didáctico Quirón Medios de Comunicación y Enseñanza). Madrid: Ediciones de la Torre.
- RAE. (2012). *Real Academia Española*. Obtenido de Diccionario de la Lengua Española: <http://www.rae.es>
- Santander, P. (2009). Por qué, para qué y cómo hacer Análisis del Discurso de los medios de comunicación. En P. Santander, *Analizando los medios y la comunicación: teoría y métodos* (págs. 133-160). Valparaíso: Ediciones Universitarias de Valparaíso.



Sau, V. (2000). Diccionario ideológico feminista. Barcelona, España.

Tablante, L. (2005). La televisión frente al receptor: intimidades de una realidad representada. En M. Bisbal, *Televisión, pan nuestro de cada día*. Caracas: Alfadil Ediciones.

Velasco, A. (Noviembre de 2013). (C. Stacio, Entrevistador) Quito.

Anexos

Anexo 1

GUÍA DE PREGUNTAS PARA FOCUS GROUPS (NIÑOS)

FOCUS GROUP: “PREFERENCIA TELEVISIVA EN NIÑOS DE SIETE Y OCHO AÑOS”

Objetivo: Conocer la preferencia televisiva de los niños y la incidencia en su comportamiento social.

Grupo objetivo: niños y niñas de 7 y 8 años.

Área: Distrito Guayaquil.

Hábitos y preferencias televisivas

1. ¿Cuándo ven televisión?

MAÑANA	TARDE	NOCHE	FDS
ALMUERZO	DEBERES	HORA DORMIR	

2. ¿Con quién ven televisión?

SOLOS	MAMA	PAPÁ Y MAMÁ
OTROS ADULTOS	HERMANOS MENORES	

3. Cuál es su programa favorito?

Reconocimiento de serie y personajes, frecuencia del visionado, y gusto temático

4. ¿Cómo se llama este personaje/serie? (IDEM para ambas series)

5. ¿Ven esta serie de televisión? (IDEM para ambas series)



6. ¿Con quién ven esta serie? (IDEM para ambas series)
7. ¿Qué les gusta de esta serie? (IDEM para ambas series)
8. ¿Qué no les gusta de esta serie? (IDEM para ambas series)

Comprensión temática de las series

9. ¿Estas series son para grandes o para chicos?
10. ¿Qué cosas ocurren en esta serie?



Anexo 2

GUÍA DE PREGUNTAS PARA FOCUS GROUPS (PADRES)

FOCUS GROUP: “PREFERENCIA TELEVISIVA EN NIÑOS DE SIETE Y OCHO AÑOS”

Objetivo: Conocer la preferencia televisiva de los niños y la incidencia en su comportamiento social

Objetivo 2: Conocer el grado de aceptación de las series MR y LPF de los padres

Grupo objetivo: padres de familia de escolares de 7 y 8 años.

Área: Distrito Guayaquil.

Hábitos y preferencias televisivas

1. ¿Cuál es el programa favorito de ustedes?
2. ¿Cuál es el programa favorito de sus hijos?
3. ¿Cuándo sus hijos ven televisión?

MAÑANA TARDE NOCHE FDS

ALMUERZO DEBERES HORA DORMIR

4. ¿Con quién sus hijos ven televisión?

SOLOS MAMÁ PAPÁ Y MAMÁ

OTROS ADULTOS HERMANOS MENORES

Reconocimiento de serie y personajes, frecuencia del visionado, y gusto temático

5. ¿Conocen este personaje/serie? (IDEM para ambas series)



6. ¿Ven esta serie de televisión en su casa? (IDEM para ambas series)
7. ¿Sus hijos con quién ven esta serie? (IDEM para ambas series)
8. ¿Por qué creen que a sus hijos les gusta esta serie? (IDEM para ambas series)
9. ¿Qué no les gusta a ustedes de esta serie? (IDEM para ambas series)

Comprensión temática de las series

10. ¿Creen que estas series son para niños?
11. ¿Qué temas abordan estas series?

Anexo 3

Por considerar que gran parte de las opiniones vertidas en la siguiente entrevista ayudarán a enriquecer el presente estudio, y que por motivos de espacio no pudo ser incluida en el cuerpo de trabajo, se incorpora a continuación las opiniones de César Ricaurte, actual director ejecutivo de Fundamedios, organización de la sociedad civil ecuatoriana que monitorea, defiende y promociona el derecho fundamental a la libre expresión. Ricaurte fue productor y conductor del espacio dedicado a la defensa del televidente, “Televidencia”, transmitido por Ecuavisa en 2009. Además, entre 2004 y 2009, fue crítico de medios en las columnas “Control Remoto” de diario El Comercio y “La Caja” de diario “El Universo”.

“Los públicos están cambiando”

-Sobre lo que causa risa a los ecuatorianos.

Si nos enfocamos en las series de televisión nacional más vistas nos estamos riendo de ridiculizar al otro, incluso de cuestiones tan graves como la violencia intrafamiliar o incluso cuestiones igual de graves como un cierto racismo. Podría hacerse dos lecturas de eso; una lectura en la cual los ecuatorianos nos reímos de eso en un sentido más crítico, es decir, que nuestra convivencia social son aspectos terribles, aspectos negativos, y que de esa forma salen a la luz y quedan en evidencia; o se podría hacer una lectura diciendo que lo que están haciendo finalmente estas comedias es naturalizar ciertas situaciones negativas y haciendo que lo aceptemos como si fuera parte de esta convivencia social diaria. A través del humor se naturaliza. Yo creo que en estas cuestiones de comunicación nunca

hay un blanco o un negro. Son realmente situaciones muy complejas porque las audiencias son complejas.

-Sobre el humor y el alto rating de MR y LPF.

Yo creo que hay que reconocer algunos patrones. Son personajes que podemos verlos, podemos reconocernos en ellos, que uno puede encontrar en cualquier sitio de nuestras ciudades. Pero esto implica también los estereotipos que manejamos los ecuatorianos acerca del otro. Si ves a una pareja tipo la de LPF, tú te imaginas que ellos se comportan de la forma que los ves en la serie. Y quizás no sea así, pero uno asume ya ciertos estereotipos de ese otro. Lo que nos están diciendo estas series es que finalmente los ecuatorianos somos pocos propicios a dialogar con el otro a conocerlos realmente y los encasillamos. Entonces encontramos en esta serie una perspectiva fácil para encasillar a esta gente convirtiéndolos en personajes, no en personas. Pero esto es algo negativo tanto de las series como de las audiencias.

-Sobre las nuevas formas de ver televisión.

Yo he visto que hay una especie de evolución. Las dos series que se está analizando son las series históricas, las de excelente sintonía a lo largo de los últimos diez años, pero hay una especie de evolución también en el humor. Los públicos se están fragmentando cada vez más y creo que el humor de los jóvenes es muy distintivo al humor que vemos en MR. Yo me imagino que el público de MR y LPF es un público generacionalmente de otro momento. El público actual

es mucho más estratificado, más segmentado, y más sofisticado. Hay una transformación de las audiencias y esto es clave.

-Sobre cómo se comportan estos nuevos públicos.

Estos nuevos públicos están escapando de la televisión o de los medios tradicionales. No encuentran que tengan nada para ellos, entonces tienes ofertas audiovisuales desde Netflix hasta el cable, comedias en youtube, todo un conjunto de ofertas que hace que estos nuevos públicos vayan escapando de la televisión.

-Sobre el futuro de MR y LPF frente a estos nuevos públicos.

Yo creo que al final del día, evidentemente, están destinadas a desaparecer yo no le veo mucho más futuro. Si bien en este momento siguen gozando de salud frente al rating, no gozan de ninguna salud en cuanto a propuesta, fórmula de humor, y todo lo demás. Si analizamos fríamente cómo aparecen estos nuevos públicos y estos están construyendo otros productos más sofisticados, en principio este tipo de serie deberían ir perdiendo público y destinadas a desaparecer, pero muchas veces la lógica no actúa en la televisión.

-Sobre lo que les causa risa a los nuevos públicos.

Es una pregunta complicada porque hay que hacer un estudio casi psicológico y antropológico, y en realidad no se ha estudiado; yo te diría que ni siquiera se ha visualizado que hay estos nuevos públicos ni en la academia ni en los medios de comunicación, y si lo piensan sería en una forma muy parcial. Yo creo en todo

caso que es un público que está inmerso en otra realidad socioeconómica y otra realidad cultural. Una realidad en la cual las relaciones de parejas gays se van naturalizando a algo frecuente que gran parte de la sociedad lo acepta. Pero tampoco podemos decir que hay una ruptura total con las tradiciones culturales. Sigue habiendo violencia intrafamiliar, las estadísticas están ahí. Siguen existiendo crímenes contra las mujeres. Qué tanto escapan estos nuevos públicos de eso, yo creo que no porque ha crecido en esos entornos.

-Sobre la actual oferta de televisión infantil nacional.

Ese es uno de los aciertos de la televisión estatal. Hay una oferta interesante para niños, pero evidentemente en la televisión comercial, que es el 90% de la televisión, no hay muchas cosas para niños. Se debe a que la televisión comercial abierta quiere llegar a la mayor cantidad de personas y no encuentra que los niños le den rating, porque es más fácil que una madre o un padre siente a un niño a ver sus programas que al revés, y es lo que pasa.

-Sobre el papel de los padres en la relación televisión-niños.

Tienes una responsabilidad compartida. Por un lado evidentemente los programadores de televisión no pueden actuar de forma irresponsable y solamente con los números en la cabeza, y por otro lado también los padres tienen que aprender a dialogar con los hijos en torno a la televisión, porque el único diálogo que existe es el de los padres prohibiendo, o los niños viendo las series de los

padres. Los padres no hacen un esfuerzo por sentarse a ver la televisión con sus hijos.

-Sobre la importancia de la televisión infantil para la sociedad.

Hay dos respuestas. Porque la televisión infantil nos habla de televisión de calidad. Cuando una sociedad se preocupa de tener una televisión de buena calidad pasa por la producción de programas infantiles. Es como un indicador de la fortaleza y de la calidad de la televisión de un país. Y por último por ese viejo dicho de que los medios de comunicación sirven para informar entretener y educar. Al final del día es cierto. La televisión es una poderosísima herramienta para educar.

-Sobre el concepto de televisión educativa.

El paradigma de televisión educativa es Plaza Sésamo, pero no te dice “yo voy a educar” sino que te entretiene, te informa, y te educa. Por eso ahora se habla del edu- entretenimiento, programas en los que básicamente te diviertes y al mismo tiempo aprendes. Esa es la televisión infantil contemporánea, cuando logras entretener a tu audiencia.

-Sobre cómo mejorar la programación nacional.

Hay que partir de un hecho: la televisión de calidad exige recursos, hay que invertir en calidad. Cuando se habla de esto con los directivos de canales de televisión te dicen que no pueden invertir en este tipo de programas porque son

caros y no aseguran rating. La televisión es un negocio de alto riesgo. De cada diez programas apenas uno tiene rentabilidad económica, los otros nueve son generalmente fracasos económicos.

-Sobre el papel del Estado para ofrecer una televisión de calidad.

Quien podría invertir con el riesgo de perder es el Estado. Y de hecho las mejores producciones infantiles actualmente son hechas por la televisión pública de Canadá, Australia, Nueva Zelanda, etc, etc., es la televisión pública, realmente pública no una televisión oficial-estatal como la que tenemos en Ecuador, la que invierte en esa televisión. Porque la televisión comercial no tiene ese interés o capacidad de hacer esto.

-Sobre la responsabilidad de los canales de televisión.

Las audiencias tienen una responsabilidad y los programadores tienen su responsabilidad. Yo creo que es un diálogo diario. Y ese diálogo diario, interactivo e inmediato tiene que ser canalizado de alguna forma. Hoy la única forma de canalizarlo es a través de los ratings y yo creo que los canales tienen que ser más sofisticados en el estudio de las audiencias. Ahí hay una responsabilidad de las universidades, deberían hacerse más estudios sobre audiencias y programación para que los canales conozcan mejor a sus audiencias y que las audiencias también conozcan mejor las lógicas detrás del medio e incluso exijan mas.

-Sobre la formación de los profesionales de televisión.

Ese es un tema clave. Históricamente no ha habido esos profesionales que se necesitan para producir televisión de calidad. Se podría pensar que de alguna forma eso podría estar cambiando, hay toda una generación de nuevos cineastas, por ejemplo, y es gente que no encuentra espacio en los canales.

-Sobre el futuro de la televisión ecuatoriana.

Evidentemente va a cambiar porque hay nuevas exigencias en la Ley de Comunicación para que se aumente la producción nacional y la producción nacional independiente. Yo tengo dudas de que finalmente la televisión mejore por decreto. Pero hay que ver qué pasa, de todas maneras los canales van a tener que hacer las cosas distintas.

-Sobre cómo ayudar a los niños a entender la televisión.

Los adultos deben establecer un dialogo critico con los niños. Tenemos que aprender a escuchar a los niños, y que nos digan en sus propias palabras. En el diálogo con los niños hay que ser muy receptivo, explicarles y ayudarles a entender lo que pueda estar distorsionando estas series para que sean más críticos con estas.