



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ANÁLISIS DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES TELEVISIVOS  
INFANTILES EN LA CIUDAD DE MACHALA

ELIZALDE SANMARTIN DUNIA GIGY  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA  
2019



**UTMACH**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ANÁLISIS DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES TELEVISIVOS  
INFANTILES EN LA CIUDAD DE MACHALA**

**ELIZALDE SANMARTIN DUNIA GIGY**  
**LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**MACHALA**  
**2019**



# UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

EXAMEN COMPLEXIVO

ANÁLISIS DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES TELEVISIVOS INFANTILES EN LA  
CIUDAD DE MACHALA

ELIZALDE SANMARTIN DUNIA GIGY  
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

PACHECO ZERDA PATRICIA ALEXANDRA

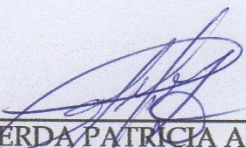
MACHALA, 26 DE AGOSTO DE 2019

MACHALA  
26 de agosto de 2019



**Nota de aceptación:**

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado ANÁLISIS DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES TELEVISIVOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE MACHALA, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



---

PACHECO ZERDA PATRICIA ALEXANDRA  
0105413298  
TUTOR - ESPECIALISTA 1



---

MOROCHO OCAÑA GABRIELA ANDREA  
0705046514  
ESPECIALISTA 2



---

TENEMAYA PEREIRA LUIS ENRIQUE  
0702717182  
ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: lunes 02 de septiembre de 2019 - 21:35

## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** Dunia Elizalde\_Complexivo.docx (D54750391)  
**Submitted:** 8/8/2019 11:31:00 PM  
**Submitted By:** dgelizalde\_est@utmachala.edu.ec  
**Significance:** 1 %

### Sources included in the report:

<https://bit.ly/2Kz1Tkj>

<https://lamenteesmaravillosa.com/george-gerbner-y-la-teoria-del-cultivo/>

### Instances where selected sources appear:

2



## CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, ELIZALDE SANMARTIN DUNIA GIGY, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado ANÁLISIS DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES TELEVISIVOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE MACHALA, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 26 de agosto de 2019



ELIZALDE SANMARTIN DUNIA GIGY  
0704471788

# ANÁLISIS DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES TELEVISIVOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE MACHALA

## Resumen

El hecho de que la mayoría de niños y niñas prefieren la televisión y la usan como un medio de entretenimiento da pie a que sea utilizada como una herramienta educomunicativa en la actualidad; aplicar esta estrategia a la hora de elaborar productos audiovisuales puede resultar algo compleja pero no imposible, siempre y cuando se cumpla con las necesidades que requiera la audiencia infantil mediante un programa entretenido, atractivo y educativo, es decir que rompa los esquemas convencionales e involucre a su target como actor principal del mismo, convirtiéndose en parte fundamental para su desarrollo integral dentro de la sociedad. Para hacer televisión infantil de calidad es importante elegir bien los formatos que se van a utilizar y los recursos técnicos que se aplicarán; sin embargo, cuando hablamos de la producción infantil educomunicativa a nivel nacional o local aun vemos vacíos en su parrilla diaria, puesto que no poseen programación propia, es ahí donde nace el siguiente trabajo de investigación que tienen por objetivo analizar la calidad de la programación infantil educativa que se transmiten en los canales de televisión nacionales y locales en la ciudad de Machala, identificando sus características del contenido educomunicativo y sus elementos técnicos y visuales. Aplicando técnicas de carácter cualitativo como lo es el análisis de contenido audiovisual de programas infantiles nacionales, entrevistas a expertos profesionales en el tema y la realización de un grupo focal a los niños y niñas de sexto año de básica paralelo B de la escuela “Dr. Benjamín Carrión Mora.

**Palabras clave:** Producción audiovisual, televisión infantil, educomunicación, calidad, formatos, hábitos de consumo.

# ANALYSIS OF CHILD TELEVISION AUDIOVISUAL PRODUCTS IN THE CITY OF MACHALA

## **Abstract**

The fact that the majority of boys and girls prefer television and use it as a means of entertainment means that it can be used as an educational and communication tool today; applying this strategy when producing audiovisual products can be complex but not impossible, as long as it meets the needs of the children's audience through an entertaining, attractive and educational programme, that is to say that it breaks with conventional schemes and involves its target as its main actor, becoming a fundamental part for its integral development within society. To make quality children's television it is important to choose well the formats that will be used and the technical resources that will be applied; however, when we talk about educommunicative children's production at a national or local level we still see gaps in its daily grid, since they do not have their own programming, it is there where the following research work is born with the objective of analyzing the quality of educational children's programming transmitted on national and local television channels in the city of Machala, identifying its characteristics of educommunicative content and its technical and visual elements. Applying qualitative techniques such as the analysis of audiovisual content of national children's programs, interviews with professional experts on the subject and the realization of a focus group to children of sixth year of basic parallel B of the school "Dr. Benjamín Carrión Mora.

**Keywords:** audiovisual production, children's television, educommunication, quality, formats, consumption habits



## ÍNDICE GENERAL

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>DESARROLLO CONCEPTUAL</b>	<b>5</b>
<b>Producción televisiva infantil de calidad</b>	<b>5</b>
<b>Formatos de Producción televisiva infantil</b>	<b>6</b>
<b>Educomunicación en la producción infantil</b>	<b>6</b>
<b>Hábitos de consumo de televisión infantil</b>	<b>8</b>
<b>METODOLOGÍA</b>	<b>9</b>
<b>RESULTADOS</b>	<b>10</b>
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>12</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>13</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>16</b>

## INTRODUCCIÓN

A raíz de una encuesta realizada en el VII Foro Internacional de Medios Públicos, donde los resultados arrojaron que el 72% de televidentes afirman la importancia de promover programas culturales y educativos a través de televisión pública. Países como Chile, Uruguay, Perú, México, Paraguay, Costa Rica y Colombia crearon la primera red de Televisión Pública de América Latina, que impulsaba el intercambio de contenidos informativos, periodísticos, programación infantil, y demás contenidos, con el objetivo de obtener un fondo de programas para uso en común. (El Mostrador, 2016)

Argentina se ha convertido en país referente dentro de Latinoamérica cuando hablamos de producción infantil de calidad. Fabbro & Sánchez (2016) en las conclusiones de su trabajo investigativo mencionan el compromiso que tiene el canal argentino Paka Paka con los niños al transmitir valores mediante su programación animada, misma que repercute de manera positiva en su desarrollo cognitivo.

Ecuador no se ha quedado atrás y por ello ha implementado programación educativa infantil en su parrilla televisiva, lo cual se dio a partir del año 2013 cuando se aprobó la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), institución encargada de controlar cada medio de comunicación. En base a este criterio nace el programa audiovisual “Educa TV”, un proyecto educativo creado por el Gobierno en conjunto con el Ministerio de Educación. Por tal razón Suing, González & Ortiz (2016) opinan lo siguiente:

(...) con el propósito ofrecer contenidos educativos en la televisión del Ecuador, desde 2012 se emite el programa Educa TV, espacio de treinta minutos presente en todas las estaciones de televisión como parte de una franja educativa (...). Con Educa TV inició formalmente la televisión cultural y educativa en el Ecuador. (p. 397)

En este contexto, en nuestra provincia los canales de televisión Tv Oro y Oktv locales y regionales respectivamente cumplen con algunos de los requerimiento que exige la LOC como lo es transmitir el programa Educa Tv, obviando la producción propia de este tipo de programas, una situación preocupante debido a que la televisión aún sigue siendo uno de los más preferidos por la audiencia infantil machaleña y a nivel nacional.

Es por ello que asociaremos la presente investigación con la Teoría del Cultivo propuesta por George Gerbnerla, misma que según Sánchez (2018) trata de “ayudar a entender las

consecuencias de crecer y vivir en un ambiente cultural dominado por la televisión” (párr. 5). Motivo suficiente para querer entender las interrelaciones que tienen los niños dentro del contexto social, académico, familiar, además de analizar el comportamiento que se da en base a lo que perciben por este medio, al cual se lo considera como el mejor contador de historias.

Frente al tema de discusión antes mencionado, se ha planteado las siguientes preguntas de investigación, tales como ¿Qué características tienen los productos audiovisuales infantiles educacionales en la televisión nacional? ¿Cuáles son los hábitos de consumo televisivo que tienen los niños y niñas de sexto año de básica paralelo B de la escuela “Dr. Benjamín Carrión Mora”? ¿Cómo se puede identificar a una programación audiovisual infantil como un producto de calidad?, que servirán de aporte para la comprensión de este trabajo.

Todo problema posee objetivos que resuelven las problemáticas que envuelven el tema del cual se está hablando, en este caso se ha planteado como objetivo general analizar la calidad de la programación infantil educativa que se transmiten en los canales de televisión nacionales y locales en la ciudad de Machala, identificando sus características del contenido educacional y sus elementos técnicos y visuales. Así mismo con objetivos específicos que contribuyen a su mejor desarrollo, como:

Analizar los elementos técnicos y de contenidos de productos audiovisuales infantiles educacionales nacionales.

Identificar los hábitos de consumo audiovisual en niños y niñas de sexto año de básica paralelo B de la escuela “Dr. Benjamín Carrión Mora” que contribuya en la investigación sobre análisis de la calidad de programación infantil.

Determinar las características de productos audiovisuales infantiles de calidad.

A partir de esta contextualización, se dará paso a la realización del desarrollo de los siguientes procesos de conceptualizar variables del tema principal, descripción de la metodología aplicada, mostrar resultados obtenidos y establecer conclusiones claves a las que se llegó.

## **DESARROLLO CONCEPTUAL**

En el siguiente apartado de la investigación ahondaremos en conceptos que serán la base de este trabajo donde “el autor expone los hallazgos encontrados en la literatura de forma articulada y ordenada, los que complementa con sus propios criterios hasta concebir una teoría de sustento que fundamente y justifique el estudio” (Castañeda, 2014, p. 251).

Rodríguez, Núñez & Astudillo (2017) afirman que: “la televisión sigue teniendo un papel fundamental en la vida cotidiana de la infancia en todo el mundo, ya sea por su alto consumo o por su accesibilidad” (p. 107). Por ejemplo, en Ecuador según un estudio realizado por el MIES “las niñas, niños y adolescentes pasan un total de 1.400 horas anuales observando la televisión, lo que supone cuatro horas diarias, frente a mil horas anuales” (CORDICOM, 2015, párr. 2).

Concepción que visibiliza la realidad del consumo televisivo infantil a la que se debe tener mucho cuidado, es así como los profesionales Gutiérrez & Del Barrio (2015) aclaran que: “bien utilizada la televisión entretiene, fomenta la imaginación, transmite conocimientos y valores, promueve estilos de vida, favorece la cultura” (p. 133).

### **Producción televisiva infantil de calidad**

La producción audiovisual según Espinel (s.f.) se define como “el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine o la televisión” (párr. 1). Esta misma va segmentada en las siguientes etapas: preproducción, producción y post producción, las cuales se deben realizar con un tino adecuado, en este caso específico para que contribuya a la mejora del área cognitiva y área emocional que se efectúa a la hora de producir contenidos para el público infantil.

Para corroborar la calidad de un producto televisivo citamos a González , Roncallo-Dow, Arango & Uribe (2015) quienes la miden desde:

(...) la perspectiva de lo que el espectador determina como sus requisitos de satisfacción. Este valor está culturalmente vinculado a tres factores: i) lo que se espera de la televisión y lo que se define respecto a ella (en esencia, aquello que la televisión debe o no debe mostrar); ii) las cualidades específicas de los productos en vistas a lo que se puede ver en otros espacios y en otros lenguajes audiovisuales (como el cine); y iii) la percepción



particular de las audiencias, que determina cómo valoran la calidad misma de un producto.  
(p. 21)

Por otro lado, también existen criterios que fundamentan el análisis de calidad de la programación audiovisual infantil “como primer punto el entretenimiento; es decir, los medios no deben perder su concepto esencial “entretener” (...) segundo punto el ubicar al niño en el centro (...). La autoestima, amor propio e identidad como tercer criterio” (Pacheco & Zerda, 2018, p. 21).

### **Formatos de Producción televisiva infantil**

Suing, González & Aguaded (2015) mencionan que: “los formatos se adaptan a diferentes géneros y contextos, según el momento y las condiciones de producción, contienen la información necesaria para configurar los programas de televisión” (p. 33). Cabe mencionar que “con los años ha ido sufriendo múltiples modificaciones a la par del proceso de digitalización y en base a las demandas de la audiencia” (Melgarejo & Rodríguez, 2012, p. 49).

Crear productos televisivos para un público infantil resulta ser algo complejo y fuera de lo común debido a su exigencia, para ello se requiere de una buena combinación de elementos audiovisuales de calidad con contenido educacional de entretenimiento que permita establecer experiencias de aprendizaje para lograr captar su atención y preferencia. ¿Cómo hacerlo? Es solo antes de la pre producción donde ya se debe tener definido el formato con el que se va a realizar, ya sea programa de aventuras, concurso, dibujo animado, entre otros.

Es importante mencionar que un formato no es solamente la idea que se crea sino el concepto que la representa, por lo tanto es importante conocer según Crusellas (2017) que: “las características que dan vida a los formatos son las de configurar, estructurar y dar forma a una idea audiovisual” (párr. 2).

### **Educomunicación en la producción infantil**

En el contexto nacional podemos decir que el aspecto educacional dentro de la televisión infantil ecuatoriana se ha descuidado por décadas; si bien es cierto aunque no ha sido tomada en cuenta es una de las más importante en temas educativos para la sociedad

actual, debido a que contribuye a la formación de valores, información de temas novedosos para niños, niñas y adolescentes, a su formación integral e incluso aporta al rescate de valores culturales que se han ido perdiendo por descuido de toda una sociedad.

La educomunicación ha sido conceptualizada por grandes autores que la consideran como: “un campo de estudio de dos disciplinas: la educación, entendida como alfabetización mediática, y la comunicación, como una extensión de la pedagogía del conocimiento. La comunicación y educación no pueden ni deben entenderse de manera separada” (Méndez, Luque & Pérez, 2014, p. 14). En su definición más básica según Jiménez, Pérez & Zambrano (2014) “Podríamos definir el término como la interacción entre la educación y la comunicación. O, expresado de otro modo, la educación a través de la comunicación” (p. 5).

Para generar un cambio social a través de los medios en base a la educomunicación aplicada tanto como para niñas, niños y jóvenes Méndez, Luque & Pérez (2014) adoptando pensamientos de Antonio Pascuali mencionan lo siguiente: “interesa más el proceso que los propios productos en sí mismos. Esta fase debe promover la erradicación de fronteras y estimular la creación de contenidos desde la igualdad, el respeto y la multiplicidad” (pp. 15-16).

La importancia de incluir la educación en la creación de proyectos audiovisuales para la televisión infantil posee su propio sentido y finalidad, misma que genera “la formación de la conciencia crítica y el desarrollo de actitudes activas y creativas en los alumnos para conocer y comprender los envolventes procesos de comunicación que vive la sociedad de hoy” (Aguaded, 2007, p. 10).

El aprendizaje concebido en el ámbito educomunicacional se percibe mediante la interacción de procesos comunicativos ejecutados por la audiencia infantil, los cuales generan una interconectividad que para Pacheco & Zerda (2018) esta:

(...) deja al descubierto la realidad de un conocimiento democratizado, donde no hace falta la figura de maestros y libros como fuentes del conocimiento, sino que potencializa aprendizajes permitiendo a las nuevas generaciones formar pensamientos críticos sobre su sociedad y el mundo que los rodea. (p. 20)

El hecho de que la mayoría de niños y niñas prefieren a la televisión y la usan como un medio de entretenimiento, da pie a que esta sea utilizada como una herramienta educomunicativa,

misma que ayudará a formar criterios propios con un alto nivel de análisis y criticidad a través de la educación y entretenimiento.

### **Hábitos de consumo de televisión infantil**

La televisión abierta aun teniendo un mayor alcance en todo tipo de público, esta sigue siendo escasa cuando se trata de la producción audiovisual infantil educativa, criterio que se contrasta con la siguiente opinión:

(...) la televisión abierta alcanza su mayor consumo entre los niños y niñas de los sectores con menores recursos. (...) La Televisión Infantil sigue siendo una deuda pendiente y se acrecienta entre las audiencias, la convicción de que el contenido infantil en TV abierta es insuficiente y no atiende la real demanda existente. (Estrada, 2017, párr. 22-23)

Pasar horas frente al televisor consumiendo series, telenovelas, películas, informativos u otros contenidos de televisión, se ha convertido en un gran hábito para los niños y niñas de hoy, actividad que realizan en momentos de ocio para entretenerse y auto educarse a la vez. ¿Serán estos contenidos suficientes para la mejora de su aprendizaje y desarrollo cognitivo?

Consumir televisión infantil según Fernández (2005) resulta ser algo: “extenso, intenso y, generalmente, sin control familiar. A todo ello hay que añadir que existen pocos programas infantiles en las televisiones y cada vez es menor la programación infantil que podemos observar en las parrillas de las cadenas televisivas” (p. 6).

La segmentación resulta ser relevante a la hora de consumir este medio, de tal manera que el poco contenido infantil se pueda ubicar dentro de la franja horaria preferida tanto por niños y niñas a nivel nacional, es así como el Consejo de Participación Infantil (2010) demuestra que:

(...) los menores ven la televisión en diferentes momentos del día, en función sobre todo de sus horarios escolares y de sus rutinas cotidianas (...) pero también ven bastante televisión en horario nocturno y por las mañanas antes de ir a clase. El consumo nocturno aumenta claramente en el fin de semana. (p. 40)

Aprender a regular el consumo de los medios televisivos es una estrategia positiva, que de manera crítica y racional llevará a los pequeños a dar un mejor uso a estos medios para obtener mayor beneficio. Al igual que Fernández (2005) se recomienda lo siguiente:

- Evitar espacios promocionales que anuncien otros programas, debido a la sensibilidad que los niños poseen.
- Consumir la televisión en exceso trae consigo problema para la salud del niño. Por tal motivo debe desarrollar hábitos como dormir bien, alimentación y ejercicio físico.
- Si el niño presenta interés por algún contenido televisivo es necesario aportarles otras fuentes de información complementarias como revistas o periódicos para que cultiven más aún su afición.
- Enseñarles a los niños y niñas a seleccionar el tipo de información que deben recibir, ante la abundancia de contenidos que presentan estos medios.

## **METODOLOGÍA**

Para la realización del presente trabajo orientado a analizar la calidad de la programación infantil educativa que se transmiten en los canales de televisión nacionales y locales de Machala, se va a utilizar la metodología cualitativa aplicada en las técnicas de análisis de contenidos audiovisual, entrevistas y grupo focal.

**Análisis de contenido audiovisual:** mediante esta técnica se analiza el tipo de programación infantil que transmiten los canales de televisión nacional e incluso especifica elementos técnicos y de contenidos de productos audiovisuales infantiles educomunicativos nacionales, mediante una matriz comparativa basada en el artículo de “Postproducción y educomunicación en el audiovisual infantil: un proceso creativo con responsabilidad” realizado por Patricia Pacheco y Mercedes Zerda. Para que este método sea eficaz “han de diseñarse aquellas herramientas de investigación necesarias, adecuadas a las necesidades específicas de cada estudio y cada investigador concreto” (Pulido, 2015, p. 1148).

**Entrevista:** al ser un “instrumento de recolección cualitativo que se presenta como una gran herramienta de obtención de datos enriquecedores para el quehacer investigativo” (Troncoso & Amaya, 2017, p. 332). El mismo que se utilizará para determinar las características de productos audiovisuales infantiles de calidad, por lo cual se entrevistará a una productora de contenidos infantiles para televisión a nivel internacional, productor de informativo de televisión a nivel nacional y a un especialista en educación inicial, quienes nos compartirán



su perspectiva respecto a las características con las que se debe crear productos televisivos infantiles para ser considerados de calidad y que tengan por su público objetivo.

**Focus Group:** una técnica de “gran utilidad para obtener información de aspectos relacionados con temas de investigación, al tomar en cuenta la experiencia directa de los involucrados” (Gross & Stiller, 2015, p. 6). Misma que fue aplicada a niños y niñas de sexto año de básica paralelo B de la escuela “Dr. Benjamín Carrión Mora” con el fin de identificar los hábitos de consumo audiovisual a nivel local.

## **RESULTADOS**

Dentro del análisis de contenido audiovisual desarrollado se muestra una primera matriz ubicada en (anexo 1), donde se puede evidenciar cada uno de los programas infantiles que se transmiten en la parrilla diaria de los siguientes canales televisivos a nivel nacional como Ecuavisa, Tc Televisión, Canal 1, RTS, Ecuador Tv, Teleamazonas, Oromar Tv, Gama TV, mientras que a nivel local Tv Oro y Ok TV. La programación infantil que más pesa es la internacional, la cual transmite lo que son series, animes, dibujos animados, películas infantiles, esto indica que estamos invadidos de productos extranjeros y son estos tipos de contenidos los que educan a los niños y niñas día a día.

La segunda matriz (anexo 2) se basa en criterios de autoras antes mencionada, en ella se observa si Educa Tv y Veo Veo cumplen con parámetros de calidad basados en adecuación y pertinencia de contenido, aspectos técnicos – gráficos, relación imagen – contenido. Educa lidera con su programación al cumplir con la mayoría de parámetros, es decir se caracteriza por su porcentaje medio de contextualización, utilizando recursos técnicos de narración, musicalización y tipografía que permiten educar a través de experiencias que reflejan nuestra realidad. Por su parte Veo Veo se mantiene en un nivel bajo de acuerdo a las pautas antes expuestas, por lo que tiene contenidos que se deben apegar a la cultura de un país en general y a la evolución en cuanto a tecnología y necesidades.

Al realizarse el focus group se obtuvo que ver televisión sigue siendo unas de actividades que más realizan los niños del sexto año de básica de la escuela “Dr. Benjamín Carrión Mora”, misma que representa el 39%, es por ello que de los 37 estudiantes al menos la mayoría dedican a ver más de 3 horas la televisión (38%), un índice elevado que se ocupa de las 6

horas de esparcimiento que tienen normalmente a partir del mediodía frente a las 6 horas de clase que reciben, es decir ocupan casi la mitad de las horas para consumo de este medio, las cuales deberían distribuirse en realizar otras actividades como leer que en este caso solo lo hace un 7%, compartir con amigos (7%), dibujo(4%), fútbol (5%).

Frente a los resultados antes mencionados vemos que este medio de comunicación sigue siendo muy influyente en la vida de estos pequeños así sea que el 38% de encuestados vean menos de 1 hora y aunque un 41% de estudiantes mencionan que no ven televisión mientras hacen deberes, eso quiere decir que ven programas televisivos después de terminar su tarea, es por ello que el 54% de niños y niñas van tarde a la cama por observar la tele.

Para el 85% de ellos es muy interesante la programación televisiva, por lo cual en la investigación mencionan a programas no nacionales como sus favoritos, como por ejemplo los Simpson (19%), la Rosa de Guadalupe (8%), u otros, debido a que les gusta observar más lo que son películas (32%), series (30%), novelas (16%). Es importante recalcar que esta realidad se presenta porque quienes toman el control de lo que ven son los padres, ya que ellos acompañan a sus hijos a ver televisión (62%). Sin embargo, cuando hablamos de programas educativos seguimos viendo vacíos, ya sea que el 35 % consume el contenido educativo de Educa Tv, igual existe una cifra del 30% que no ven este tipo de programación, porque como se lo menciona en criterios anteriores los medios nacionales no cuentan con producción infantil educativa propia del canal dentro de su parrilla diaria.

Mediante la investigación documental y entrevistas a expertos se consiguió como resultados que utilizar un material audiovisual como recurso educativo sin duda es una excelente opción, por lo tanto, cuando mencionamos lo educativo se hace referencia al aspecto emocional, adquirir habilidades que ayudan a entender la relación con el mundo adulto y su entorno e incluso la complejidad de lo social con lo cultural, a reforzar la autoestima, discutir conceptos de justicia, mientras que para los más pequeños se centra en transmitir valores, cuidar los hábitos de higiene, cuidar de los animales, entre otros.

Un producto audiovisual infantil de calidad se caracteriza de la siguiente manera. Debe tener un formato atractivo que contenga un código narrativo, mediante el cual desarrolle hechos

históricos contados en clave de aventura desde una perspectiva infantil. Para ser un formato televisivo debe cumplir con estos tres ejes: personalización, fragmentación y espectáculo.

Ante el proceso de pre producción debe preguntarse ¿para qué se hace? ¿qué aporte quiere dejar? ¿qué sentido quiere construir?, debido a que el niño o niña lo que ve y escucha lo repite. En cuanto a la producción es importante representar la diversidad, alejarse de estereotipos con el fin de construir historias que permitan a los chicos conectarse desde distintos lugares, ya sea con un personaje o su propio contenido. Basándonos en la post producción se debe cuidar la estética del producto usando colores, paletas y texturas que habitualmente no se utilizan, en cuanto al lenguaje se debe hablar como es en la realidad, pero siempre adecuado a la edad del televidente; aplicando los tres procesos se obtendrá un contenido sencillo, interesante y entendible.

## **CONCLUSIONES**

Mediante la investigación se logró determinar que en su mayoría los niños y niñas de 10 a 11 años tienen la tendencia de consumir más de 3 horas diarias de televisión, lo cual lo convierte en un medio influyente por cuanto reciben información de primera, no obstante su contenido considerado importante muestra televisión netamente de entretenimiento, mas no un porcentaje adecuado que sea informativo o cultural, o por lo menos que cumpla con los parámetros de calidad antes mencionados por varios autores; para que un producto infantil sea puesto en la parrillas de los programas de televisión debe ser contextualizado.

**O1:C1:** competimos ante una industria televisiva infantil con una producción a mil años luz, donde países latinoamericanos como Chile, Argentina, entre otros, han rescatado temas culturales dentro de la formación infantil. Ante esto Ecuador se está quedando mucho, debido a que nuestros niños consumen productos enlatados internacionales. Sin embargo, se rescata la presencia de Educa que de alguna manera funciona como un producto audiovisual infantil educocomunicativo nacional.

**O2:C2:** Los niños de sexto año de básica de la escuela Benjamín Carrión Mora consumen programas que los consideran educativos como por ejemplo la Rosa de Guadalupe, el cual posee contenidos que nos son adecuados para su edad e incluso un porcentaje considerable menciona que no ve programación educativa. Haciendo un análisis a profundidad la

televisión no está generando propuestas educativas y los niños asumen otros formatos que no son para ese público como material educativo.

**O3:C3:** Para generar calidad en los productos audiovisuales infantil se debe involucrar experiencias de aprendizaje, donde también es importante mantener un hilo conductor al momento de contar la historia y seleccionar el formato, en la cual se debe aplicar procesos adecuados y mencionados de pre producción – producción – post producción.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Aguaded, J. (2007). La edu-comunicación: una necesidad sentida, una apuesta urgente. *Revista Linhas Críticas*, XIII(24), 5-20.

Castañeda, I. (2014). El marco teórico en la investigación en salud con enfoque de género. *Revista Cubana de Salud Pública*, XL(2), 249-257.

CORDICOM. (27 de Enero de 2015). *¡Televisión con derechos!* Obtenido de Regulación, Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación: <http://www.cordicom.gob.ec/television-con-derechos/>

CRUSELLAS, L. (5 de abril de 2017). *Diferencia entre género y formato televisivo*. Blogcpaonline. Disponible en: <https://bit.ly/2KiR1sc>

El Mostrador, C. (16 de junio de 2016). *Chile se suma a la primera red de televisión pública de América Latina*. Disponible en: <https://bit.ly/2Kz1TkJ>

Espinel, R. (s.f). *¿Qué es la producción audiovisual?*. Producción Audiovisual.com. Disponible en: <https://bit.ly/2TYABM1>

Estrada, M. (5 de Junio de 2017). *Hábitos de consumo de televisión de la generación Alpha*. Medium. Disponible en: <https://bit.ly/2MHxlzO>

FABBRO, G. & SÁNCHEZ, I. (2016). Infancia, dibujos animados y televisión pública. La difusión de valores y contravalores en la producción española y argentina. *Revista Mediterránea de Comunicación*, VII(1), 11-29.



- Fernández, M. J. (2005). La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores. *Comunicar*(25), 1-12.
- González, M., Roncallo-Dow, S., Arango, G. & Uribe, E. (2015). Calidad en contenidos televisivos y engagement: Análisis de un canal privado en Colombia. *Cuadernos.info*(37), 17-33. doi:10.7764/cdi.37.812
- Gross, M. & Stiller, L. (2015). Contribución de la técnica del grupo focal al acercamiento a la percepción estudiantil sobre accesibilidad en el entorno universitario. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*, XV(1), 1-16.
- Gutiérrez, I. & Del Barrio, Á. (2015). Los adolescentes y el uso de la televisión. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, I(1), 133-144.
- Infantil, C. d. (Enero de 2010). *Menores y televisión*. Comunidad de Madrid. Disponible en: <http://www.madrid.org/bvirtual/BVCM013906.pdf>
- Jiménez, G., Pérez, C. & Zambrano, R. (2014). Del valor educativo de los medios de comunicación: una aproximación al caso audiovisual. *Revista Ámbitos*(25), 1-15.
- Melgarejo, I. & Rodríguez, M. d. (2012). Géneros y formatos en los canales infantiles politemáticos de televisión. *Revista de Comunicación Vivat Academia* (120), 44-64.
- Méndez, J., Luque, S. & Pérez, C. (2014). La educomunicación aplicada en televisiones locales. *Revista Anduli*(13), 13-28.
- Pacheco, P. & Zerda, M. (2018). Postproducción y educomunicación en el audiovisual infantil: un proceso creativo con responsabilidad. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*, III(1), 17-28.
- Pulido, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *Revista Opción*, XXXI(1), 1137-1156.
- Rodríguez, C., Núñez, V. & Astudillo, E. (2017). Consumo televisivo de audiencias infantiles: un estudio cualitativo con estudiantes chilenos-Chile. *Revista Comuni@cción*, VIII(2), 105 - 115.

- Sánchez, D. (15 de Julio de 2018). *George Gerbner y la teoría del cultivo*. Obtenido de La mente es maravillosa: <https://lamenteesmaravillosa.com/george-gerbner-y-la-teoria-del-cultivo/>
- Suing, A., González, V. & Aguaded, I. (2015). Géneros y formatos para la televisión digital. Análisis en los países andinos. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, XIV(27), 29-47.
- Suing, A., González, V. & Ortiz, C. (2016). Contexto de la recepción infantil y juvenil del programa “Educa TV” en el sur de Ecuador. *Revista Especializada Questión*, I(49), 397- 414.
- Troncoso, C. & Amaya, A. (2017). Entrevista: guía práctica para la recolección de datos cualitativos en investigación de salud. *Revista de la Facultad de Medicina*, LXV(2), 329-332.

## ANEXOS

**Anexo 1: Matriz 1:** Programación infantil de canales de televisión nacional y local (Machala).

<b>Canales Programas</b>	<b>Ecu avis a</b>	<b>C a n a l 1</b>	<b>Ecu ado r TV</b>	<b>G a m a T V</b>	<b>TC Tele visió n</b>	<b>R T S</b>	<b>T V O R O</b>	<b>O K T V</b>	<b>Telea mazon as</b>	<b>Or om ar TV</b>
<b>Educa TV</b>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>Dragon Ball Súper</b>	X									
<b>Land before time X</b>	X									
<b>Pájaro Loco</b>	X									
<b>Chilly Willy</b>	X									
<b>Plaza Sésamo</b>	X									
<b>Ranma 1/2</b>	X						X			

<b>Película Infantil</b>	X						X	X		
<b>VEO VEO</b>			X							
<b>Peppa Pig</b>			X							
<b>Angelina Ballerina</b>			X							
<b>Spider-Man</b>				X	X					
<b>Jardín de Clarilú</b>					X					
<b>Handy Manny</b>					X					
<b>X-Men</b>					X					
<b>Jojo's Circus</b>					X					
<b>La casa de Mickey Mouse</b>					X					
<b>Jake and the</b>					X					



<b>never land pirates</b>										
<b>Pecezue los</b>					X					
<b>Sofia the first</b>					X					
<b>Goof Troop</b>					X					
<b>Gravity Falls</b>					X					
<b>Jungle Cubs</b>					X					
<b>Star vs las fuerzas del mal</b>					X					
<b>Phineas and Ferb</b>					X					
<b>Viva el Rey Julien</b>					X					
<b>Glitter Model</b>					X					
<b>Heidi</b>						X				

<b>Vickie el vikingo</b>						X				
<b>Timón y Pumba</b>						X				
<b>Futura ma</b>							X		X	
<b>Los Picapie dras</b>							X			X
<b>Doraem on</b>							X		X	
<b>Chavo del 8</b>							X			
<b>Pokémo n</b>							X			
<b>Jimmy Neutrón</b>									X	
<b>Los pingüin os de Madaga scar</b>									X	
<b>Bob Esponja</b>									X	

<b>Los Simpson</b>									X	
<b>Tortugas Ninjas</b>									X	
<b>Kung Fu Panda</b>									X	
<b>Los padrinos mágicos</b>									X	
<b>Una casa de locos</b>									X	
<b>Cerdo, Cabra, Banana y Grillo</b>									X	
<b>La leyenda de Korra</b>									X	
<b>Pinky y Cerebro</b>										X
<b>Los supersónicos</b>										X

<b>Scooby-Doo</b>											X
-------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

**Anexo 2: Matriz 2:** Análisis de calidad del material audiovisual infantil nacional

		<b>EDUCA TV</b>	<b>VEO VEO</b>
<b>Adecuación y pertinencia del contenido</b>	<b>Contribuye al enriquecimiento de la vida social y emocional del niño.</b>	Parcialmente	Parcialmente
	<b>Promueve el aprendizaje aplicado y el autoconocimiento, a través de contenidos que los ayudan a comprender el mundo que los rodea y a sí mismo.</b>	Totalmente	Parcialmente
	<b>Potencializa la creatividad y la motivación, a través de contenidos que los impulsan a disfrutar y apreciar la vida y la riqueza que les ofrece el mundo.</b>	Totalmente	Parcialmente
	<b>Inspira a los niños, a través de contenidos que los alientan a ser activos en su ambiente social.</b>	Totalmente	Escasamente
<b>Aspectos técnicos-gráficos</b>	<b>La composición gráfica contribuye a la comprensión y asimilación de contenidos de manera eficiente.</b>	Totalmente	Escasamente
	<b>La técnica de postproducción aplicada en el material, contribuye la comprensión de los contenidos pertinentes en el proceso de aprendizaje.</b>	Parcialmente	Escasamente

	<b>La calidad del audiovisual es pertinente según el formato en el que se ofrece al público.</b>	Totalmente	Parcialmente
	<b>Uso Tipográfico adecuado según la narrativa auditiva propuesta.</b>	Totalmente	Escasamente
<b>Relación imagen-contenido</b>	<b>La relación imagen-contenido sirve de apoyo al proceso enseñanza-aprendizaje.</b>	Totalmente	Parcialmente
	<b>Se resignifica creativamente los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales, considerando la influencia psicopedagógica en la narrativa audiovisual.</b>	Totalmente	Parcialmente
	<b>Contextualización de personajes y dialectos utilizados en el audiovisual según el target.</b>	Parcialmente	Escasamente

### **ANEXO 3: CUESTIONARIO DEL FOCUS GROUP**

#### **1. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES TE GUSTA MÁS REALIZAR? (SEÑALE MÁXIMO DOS OPCIONES)**

	<b>CUÁNTOS NIÑOS</b>
<b>Ver televisión</b>	29
<b>Ver videos YouTube</b>	11
<b>Leer</b>	5

<b>Jugar videojuegos</b>	6
<b>Usar el celular</b>	11
<b>Compartir con amigos</b>	5
<b>Otros, ¿cuáles...?</b>	
<b>Dibujo</b>	
<b>Fútbol</b>	
	74



**2. ¿CUÁNTAS HORAS DEDICAN A VER TELEVISIÓN DIARIAMENTE?**

	<b>CUÁNTOS NIÑOS</b>
<b>a) menos de 1 hora</b>	14
<b>b) 1 hora</b>	3
<b>c) 2 horas</b>	6

<b>d) Más de 3 horas</b>	14
	37



**3. ¿QUÉ TAN INTERESANTE TE PARECE HOY EN DÍA LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA?**

	<b>CUÁNTOS NIÑOS</b>
<b>e) muy interesante</b>	32
<b>f) Poco interesante</b>	4
<b>g) Nada interesante</b>	1
	37



#### 4. ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS LE GUSTA VER EN LA TELEVISIÓN?

	CUÁNTOS NIÑOS
NOVELAS	6
SERIES	11
PELÍCULAS	12
DIBUJOS ANIMADOS	5
DEPORTIVOS	2
ANIMES	1
	37



#### 5. ¿QUIÉN TE ACOMPAÑA A LA HORA DE VER TELEVISIÓN?

	CUÁNTOS NIÑOS
SIEMPRE SOLOS	10



<b>SIEMPRE ACOMPAÑADOS POR LOS PADRES</b>	23
<b>A VECES SOLOS Y A VECES ACOMPAÑADOS POR LOS PADRES</b>	4
	37



**6. ¿TE VAS A LA CAMA TARDE POR VER TELEVISIÓN?**

	<b>CUÁNTOS NIÑOS</b>
<b>SI</b>	20
<b>NO</b>	12
<b>A VECES</b>	5
	37

**¿TE VAS A LA CAMA TARDE POR VER TELEVISIÓN?**



**7. MIENTRAS HACES LOS DEBERES, ¿VES TELEVISIÓN?**

	CUÁNTOS NIÑOS
SI	13
NO	15
A VECES	9
	37

**MIENTRAS HACES LOS DEBERES, ¿VES TELEVISIÓN?**

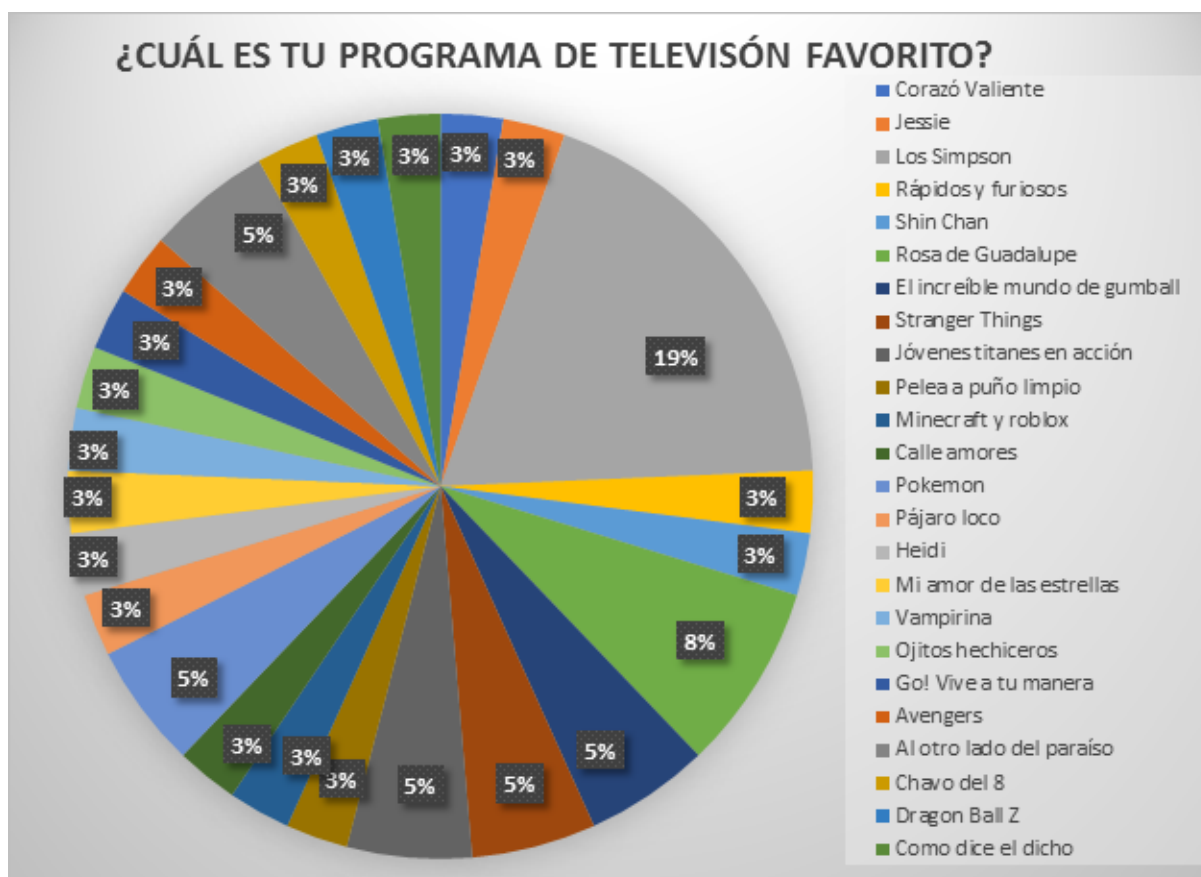


**8. ¿CUÁL ES TU PROGRAMA DE TELEVISIÓN FAVORITO?**

	CUÁNTOS NIÑOS
CORAZÓN VALIENTE	1

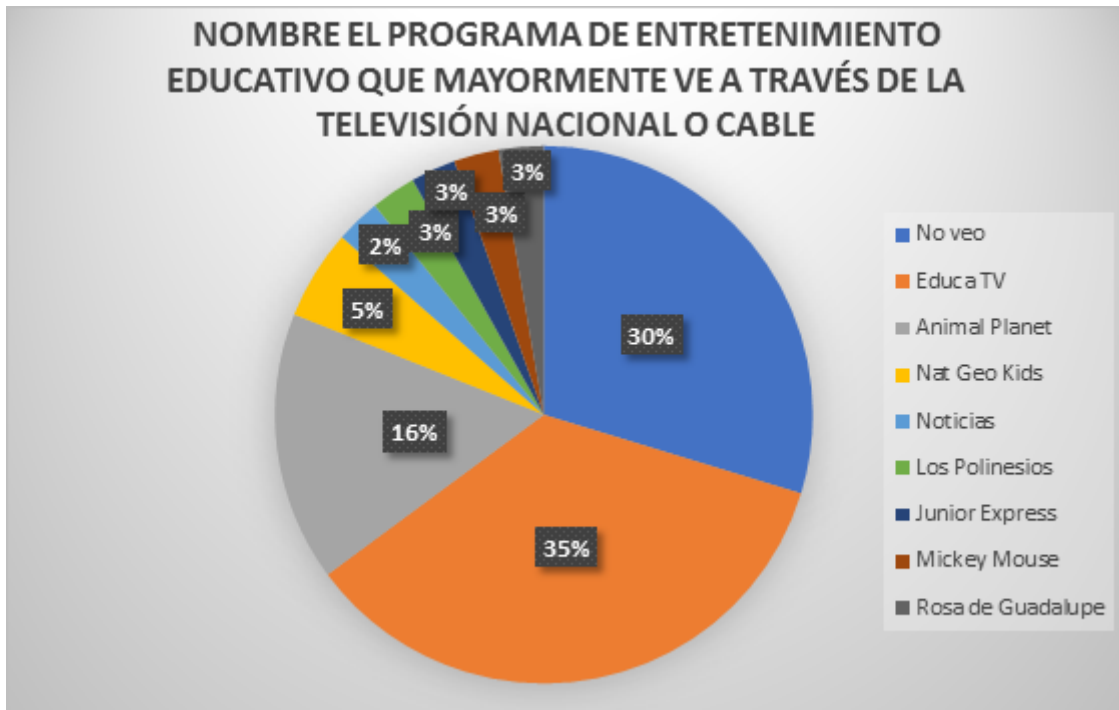
<b>JESSIE</b>	1
<b>LOS SIMPSON</b>	7
<b>RÁPIDOS Y FURIOSOS</b>	1
<b>SHIN CHAN</b>	1
<b>ROSA DE GUADALUPE</b>	3
<b>EL INCREÍBLE MUNDO DE GUMBALL</b>	2
<b>STRANGER THINGS</b>	2
<b>JÓVENES TITANES EN ACCIÓN</b>	2
<b>PELEA A PUÑO LIMPIO</b>	1
<b>MINECRAFT Y ROBLOX</b>	1
<b>CALLE AMORES</b>	1
<b>POKEMON</b>	2
<b>PÁJARO LOCO</b>	1
<b>HEIDI</b>	1
<b>MI AMOR DE LAS ESTRELLAS</b>	1
<b>VAMPIRINA</b>	1
<b>OJITOS HECHICEROS</b>	1

<b>GO! VIVE A TU MANERA</b>	1
<b>AVENGERS</b>	1
<b>AL OTRO LADO DEL PARAÍSO</b>	2
<b>CHAVO DEL 8</b>	1
<b>DRAGON BALL Z</b>	1
<b>COMO DICE EL DICHO</b>	1
	37



**9. NOMBRE EL PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO EDUCATIVO QUE MAYORMENTE VE A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN NACIONAL O CABLE**

	<b>CUÁNTOS NIÑOS</b>
<b>NO VEO</b>	11
<b>EDUCA TV (Taller de papo, Siesta Z solo dos niños nombraron los programas).</b>	13
<b>ANIMAL PLANET</b>	6
<b>NAT GEO KIDS</b>	2
<b>NOTICIAS</b>	1
<b>LOS POLINESIOS</b>	1
<b>JUNIOR EXPRESS</b>	1
<b>MICKY MOUSE</b>	1
<b>ROSA DE GUADALUPE</b>	1
	37



#### **ANEXO 4: ENTREVISTA A DIFERENTES PROFESIONALES**

##### **Encuesta dirigida a Cielo Salviolo de contenidos audiovisuales para niños**

- 1. ¿Cómo relaciona usted la pedagogía y los procesos de enseñanza - aprendizaje en niños y niñas (educación) en los procesos de producción de productos infantiles educativos?**

Yo creo que los materiales audiovisuales pueden ser y son de hecho un excelente recurso educativo, creo que hemos hecho mucho para darnos una mirada sobre la televisión educativa tradicional, la de la teleescuela técnica donde lo que hacía la televisión educativa era reproducir esquemas de aula con un profesor y unos alumnos escuchando solamente un formato audiovisual, me parece importante entender que lo educativo también tiene una concepción un poco tradicional de lo educativo. Lo educativo no tiene que ver solamente con lo enciclopedista o currícula escolar, sino con aquellos contenidos que tienen que ver con lo emocional, con las habilidades para la vida, aquellos que ayudan a reforzar la autoestima, que discuten conceptos de justicia, que ayudan a los chicos a entender su relación con el mundo adulto y su entorno, entender la complejidad de lo social y cultural, la diversidad de experiencias eso también es un contenido educativo de altísimo valor.

- 2. Desde su punto de vista. ¿qué características debe poseer un producto audiovisual infantil para considerarlo como un programa de calidad?**

Paka Paka para el mundo infantil demuestra que podían hacer series de televisión de altísima calidad con contenido educativo, un ejemplo emblemático fue la asombrosa excursión de Zamba, lo que hicimos fue encontrar un formato muy atractivo de la televisión infantil con un

código narrativo del videojuego por momentos con todos los códigos del Cartoom y del dibujo animado de la televisión infantil solo que contando en clave de aventura desde la perspectiva infantil un contenido histórico, creo que eso resume la posibilidad de encontrar la forma más atractiva, novedosa e interesante, es decir el mejor formato para un contenido es lo que hace de un producto televisivo también un recurso educativo, pero para que eso suceda tiene que estar pensado así desde el origen porque el contenido por sí mismo no alcanza, de hecho uno puede tener un contenido interesante, pertinente, apropiado y relevante pero si el formato no lo transforman en una pieza con vocante que interpele a los chicos con sus códigos y sus lenguajes pierde su valor. En todos los casos un buen proyecto infantil es aquel que entendió que el contenido por si mismo no sirve, sino que ese contenido tiene que encontrar su mejor pareja y esa pareja es el formato, es imposible pensar el contenido desvinculado al formato. Porque es el formato la forma en la que contamos esa historia ese contenido, lo que lo hace atractivo.

### **3. Dentro del proceso de preproducción, producción y postproducción para la creación de un producto audiovisual infantil ¿cuál cree que es el más importante y más complejo o que debería desarrollarse con mayor cautela y por qué?**

Dentro de la creación de un producto audiovisual me parece que hay una responsabilidad enorme en el inicio, que cualquier producto infantil de calidad tiene que poder preguntarse ¿para que se hace? ¿qué aporte quiere dejar? ¿qué sentido quiere construir? entonces yo diría que esa pre producción en la pregunta inicial es casi de las más importantes, después por su puesto en la producción que implica la búsqueda, si estamos haciendo una serie que representa una familia o unos niños se busca la representación de la diversidad, alejarse de estereotipos, construir una historia que permita que chicos y chicas conecten de distintos lugares, entender que un producto infantil de calidad es aquel que tiene varias puertas de acceso, que puede conectar a chicos por un personaje, que puede hacer que otros chicos se conecten por el contenido y puede hacer que otros chicos se conecten por la estética que también es una cuestión en el proceso de producción que no debemos descuidar, la apuesta por el estilo y la estética de lo que hacemos también es importante y por la estética me refiero a ampliar los horizontes estéticos, a usar colores, paletas, texturas, cosas que habitualmente la televisión infantil no utiliza porque se queda muy pegada a una zona de confort y en general utiliza los mismos colores para las animaciones o los diseños. Me es difícil decir cuál es la parte más importante, creo que todas las partes demandan mucha responsabilidad y creo que todas tienen que hacerse atendiendo a un ¿para qué hacemos esto? ¿Cuál es el sentido de lo que queremos dejar con esto que estamos haciendo? Y a partir de ahí entender que durante todo el proceso hay que cuidar la calidad de la narración, la calidad estética y artística del producto que estamos haciendo.

**4. ¿Qué porcentaje de programación infantil cree usted que debería transmitir un canal de televisión público o privado dentro de su parrilla diaria?**

La realidad es que la televisión infantil y la televisión está cambiando mucho, los chicos consumen contenido muchos en dispositivos móviles, hay franjas de edad que ni siquiera están mirando la televisión, está no es la misma experiencia en todos los casos hay que tener en cuenta eso, los más chiquitos siguen mirando televisión, pero creo que un canal público debería tener un porcentaje de programación infantil porque en muchos casos es la única forma de acceder a esos contenidos. Yo creo que la experiencia que hizo la ley de servicios de comunicación audiovisual en Argentina fue importante y puede ser referente para contestar esta pregunta; la ley de servicios de comunicación audiovisual establecía que los canales de área de televisión debían tener 3 horas diarias de programación infantil de las cuales 1 hora y 30 tenía que ser de producción local, estos porcentajes me parecen importantes, tener una franja diaria que atienda a las diferentes edades pero que además posea producción local.

**5. Dentro de su trayectoria como productora de productos audiovisuales para la audiencia infantil ¿cuál sería el horario adecuado para transmitir los programas infantiles?**

Depende mucho de los hábitos de las realidades que viven las sociedades y sobre todo de la decisión de programación, por ejemplo nosotros en algún momento teníamos una franja de programación muy temprana en la mañana a las 6 de la mañana, fuimos muy cuestionados porque teníamos programación en ese horario, la realidad es que en ese horario nos veían mucho los nenes que se levantaban temprano, entonces nosotros encontramos una forma leal e interesante al menos de programar los contenidos infantiles, tiene que ver con acompañar las rutinas de los chicos ese es el horario adecuado, el que tiene una programación en un horario de la mañana para acompañar el del desayuno para los más chiquitos, el que a lo mejor cerca del medio día tiene programación para los que están un poco mas grandes y que después del medio día tiene de nuevo programación para los mas chiquitos que hacia la tarde tiene programación de nuevo para los mas grandes, parece que una programación que acompaña en función de las edades es una buena manera, interesante y rica de pensar como programar contenidos infantiles.

**6. En la actualidad ¿por qué plataforma cree usted que es más idóneo para difundir productos audiovisuales infantiles (youtube, web, etc.)?**

Yo no creo que haya una plataforma más idónea que otras, es interesante pensar que hoy un contenido audiovisual puede verse en dispositivos móviles, plataforma como YouTube, en sitio web o en una pantalla de televisión. La multiplicidad de pantallas enriquece el contenido, no hace que uno sea mas importante o interesante que otro, me parece importante entender que pensar lo transmedia, pensar la combinación de contenidos en múltiples pantallas no implica tener un mismo contenido en todas las pantallas sino pensar que historia



podemos contar por ejemplo con los mismo personajes, en una historia en Instagram o en un episodio corto para YouTube o en una pantalla de televisión; es ofrecer distintas historia y distintos puntos de conexión con esas historias en los distintos dispositivos en las distintas pantallas, es el mismo contenido puesto en formatos mas cortos en todas las pantallas y eso me parece importante entender y creo que no ha uno mas importante que otro sino que es una riqueza un ecosistema que permite y que nos ayuda nos estimula a crear contenidos y a crear esas puertas de entrada mas interesantes y en distintos formatos.

## **ENTREVISTA A PRODUCTOR DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES**

**1. Dentro de la producción televisiva ecuatoriana, se evidencia que en la parrilla de programación de los canales de televisión no se consideran programas infantiles de producción propia, más aún programas que sean de tipo educocomunicativo; a excepción de EDUCATV que es una programación enlatada que la han incluido en sus programaciones. ¿Desde su punto de vista de productor audiovisual cuál cree usted que sea la razón por la que no existe producción de este tipo en nuestro medio?**

Hay algunos factores, el primer factor se puede decir que es la cultura que tienen nuestros televidentes en el país por lo general los padres acostumbramos a nuestros hijos a ver caricaturas o dibujos para que se distraigan o para que dejen de llorar cosas así y también porque la mayoría de hogares tienen canales internacionales y no les interesa canales nacionales porque creen que no son buenos, entonces no sembramos en nuestros hijos o en los niños ese interés por querer conocer o aprender por medio de un programa.

**2. ¿Cuánto es el costo de inversión aproximado de un canal de televisión en producciones de este tipo?**

El costo de inversión aproximado es alto y no te podría dar una cifra porque hay que considerar muchos recursos, desde la mano de obra hasta los instrumentos que se usan en ellos como por ejemplo las luces, cámaras, micrófonos, consolas, entre otros y en la mano de obra se debe de considerar mucho que hay que tener operadores de cámaras, sonidistas, asistentes de producción, productor, director, director de contenidos, iluminadores, entre otros más, a parte están los tramoyas porque también hay que considerar una escenografía que esa también tiene un costo muy elevado de acuerdo a como tu quieras hacer tu programa.

**3. ¿Cómo califica a los productos televisivos infantiles que se transmiten por cadena nacional (EDUCA TV)?**

Según mi criterio los capítulos son educativos e informativos también porque también porque enseñan y transmiten a los niños muchas cosas e inclusive a desarrollar su creatividad y conocimiento.

**4. ¿Qué tipo de formato televisivo sería el adecuado para realizar producciones audiovisuales infantiles que logren alcanzar el éxito?**

Debe de ser de entretenimiento, informativo y a su vez debe de tener los 3 ejes televisivos, estoy hablando de personalización, fragmentación y espectáculo, esos son los 3 grandes ejes que debe tener todo programa de televisión.

**5. ¿Qué tipo de lenguajes y contenido se puede plantear en un producto audiovisual para que sea comprendido y entendido por la audiencia infantil?**

El lenguaje tiene que ser apropiado a la edad del televidente, cabe recalcar que el lenguaje televisivo está compuesto por imagen y sonido, en este caso debe ser un lenguaje lúdico, el contenido tiene que ser sencillo, interesante y entendible.

**6. De acuerdo a su criterio personal ¿Cuál cree que es el porcentaje adecuado para que un canal de televisión transmita contenido infantil educativo?**

Debería ser mas del 50% de la audiencia, lo que pasa que un canal de televisión mide su rating por encendidos, entonces si uno tiene mas del 50% de encendidos uno puede decir que podría aventurarse a tener un programa con ese contenido.

**ENTREVISTA A LA COORDINADORA DE EDUCACIÓN BÁSICA**

**1. ¿Considera usted que el audiovisual cumple algún rol considerable en los procesos de enseñanza - aprendizaje en niños y niñas (EDUCOMUNICACIÓN)?**

Si cumple un rol, pero depende de que videos educativos le ubique el padre de familia al niño o el docente, porque dejarlo solito de que el encienda el televisor no es aconsejable porque el ubicará cualquier canal o cualquier video que a el le guste, pero si está dirigido aprender lo que es la naturaleza, lo que es leer, por medio de los videos enseñar el medio ambiente, el cuidado de los animales, eso hará que el niño tenga valores, a cuidar el aseo personal, a cuidar los hábitos de higiene, entonces eso si me parece adecuado pero si al niño se o deja con estos equipos solito para entretenerlo por horas de horas, no le veo el interés que al niño le pongan.

**2. ¿El audiovisual infantil educomunicativo se debe manejar algún tipo de lenguaje especial para ser comprendido y aceptado por parte de los niños?**

Claro porque ahí no hay como utilizar un lenguaje en diminutivo que sea mi niñito, mi mamita, sino que se le habla como es en la realidad pues no cierto con un lenguaje adecuado, por ejemplo, ahí iniciamos vocales y con las consonantes vamos uniendo vocales entonces empezamos con casa y va la figura de la casa, entonces ahí el niño va relacionando el lenguaje con los objetos.

**3. ¿Desde su punto de vista dentro de la educación inicial, recomienda algún tipo de música o efectos sonoros para un producto audiovisual infantil estimule el aprendizaje?**

Claro, por ejemplo, la música clásica que podría estar acompañada de los efectos que quiera lograr directo al niño. Si hay una música clásica que se la puede utilizar yo le escuchado en algunos videos que les ubican a los niños y que son muy suavitas, de ese tipo deben ser.

**4. ¿Qué estrategias de aprendizaje o métodos de enseñanza deberían plantearse para incorporar en dichos productos audiovisuales infantiles educativos con el fin de efectivizar un aprendizaje significativo en los niños y niñas?**

El aprendizaje significativo es ver, lo que nosotros en las primeras edades lo que ve escucha y lo repite, yo veo, escucho y repito, lo repito bien ya, cuando usted le está pronunciando palabras que usan la b y la v hay una diferenciación también cuando se utiliza la s y la c, cuando utilizamos la j y la g, en esto yo pienso que si alguien los edita los padres de familia que si les gusta este tipo de videos va hacer de mucha aceptación igual para los docentes también, hay docentes que si los están aplicando. En las prácticas que hemos realizado en ciertas escuelitas con niños de 5 años si les ubican videos educativos porque van directo a la imagen entonces el niño está observando a través de un cuento palabras que se pronuncian con r con rr, palabras que se escriben con o que son diferentes tipos de consonantes.

**5. ¿Qué tipo de contenidos cree usted que necesita conocer un niño mediante un producto audiovisual educativo?**

En la edad de nosotros las primeras letras, los primeros números eso es aconsejable y luego en los primeros números del 0 al 9 o del 1 al 0 cualquiera de las dos formas es posible, es ideal porque luego ya forma decenas, centenas una vez que aprendió los primeros números le es fácil relacionarlos.

**6. ¿Qué opinión tiene usted de los productos televisivos infantiles que se transmiten por cadena nacional, como es el programa EDUCA TV; tomando en consideración la aplicación de la educomunicación en su estructura básica?**

No los he visto todos, pero pienso que hay unos que son rescatables muy buenos, pero falta implementar más.