

**DIFUSIÓN DE COMPETENCIAS CIUDADANAS EN TELEVISIÓN. ANÁLISIS DE
LA PROGRAMACIÓN INFANTIL EN LOS CANALES RCN, CARACOL, TRO Y
TELEANTIOQUIA**

**JUAN MANUEL CORREDOR BUENO
LIZETH KATHERINE GALVIS**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
BUCARAMANGA**

2012

**DIFUSIÓN DE COMPETENCIAS CIUDADANAS EN TELEVISIÓN. ANÁLISIS DE
LA PROGRAMACIÓN INFANTIL EN LOS CANALES RCN, CARACOL, TRO Y
TELEANTIOQUIA**

**JUAN MANUEL CORREDOR BUENO
LIZETH KATHERINE GALVIS**

Proyecto de Grado Para optar por el título de Comunicador Social-Periodista

**Director
FIDEL EDUARDO SÁNCHEZ RINCÓN
Realizador de Cine y Televisión**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
BUCARAMANGA**

2012

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, enero de 2012

Este proyecto de grado está enteramente dedicado a nuestras madres, quienes nos dieron la vida y han estado con nosotros en todo momento. Gracias por confiar en nosotros, sin ustedes este sueño no se hubiese hecho realidad. Gracias por ayudarnos a cumplir nuestros objetivos como personas y como estudiantes, por brindarnos los recursos necesarios, por darnos una carrera para nuestro futuro, que aunque hemos pasado por momentos difíciles, siempre han estado para apoyarnos y darnos todo su amor.

Gracias totales.

Primero y antes que nada a Dios por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer e iluminar nuestras mentes, por haber puesto en nuestro camino aquellas personas que han sido nuestro soporte y compañía durante todo el periodo de estudio, por darnos la oportunidad de vivir y regalarnos unas madres tan maravillosas como lo son Lucia y Rosario. Este trabajo que tomó más de 2 años es para ustedes, solamente les estamos devolviendo lo que nos dieron en un principio.

De igual manera nuestro más sincero agradecimiento al Director del semillero de investigación U'wa Werjayá, Giovanni Bohórquez por su gran apoyo desde un principio, al Director del trabajo de grado, Fidel Sánchez Rincón, por la colaboración brindada durante todo el proyecto, sobre todo en ésta última etapa, y a los docentes que dentro de los ámbitos que a cada uno les competen nos colaboraron sin poner ningún impedimento, por el contrario, nos brindaron siempre una sonrisa.

En general quisiéramos agradecer a todas y cada una de las personas que han vivido con nosotros la realización de esta trabajo de grado, con sus altos y bajos y que no necesitamos nombrar porque tanto ellas como nosotros sabemos que desde los más profundo de nuestros corazones les agradecemos el poder brindarnos todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño y amistad.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	13
1. ANÁLISIS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.1 LA TELEVISIÓN INFANTIL EN COLOMBIA	15
2. OBJETIVOS	17
2.1 OBJETIVO GENERAL	17
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
3. MARCO TEÓRICO	18
3.1 LOS NIÑOS Y LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA	21
3.2 UNA MIRADA A LA TELEVISIÓN INFANTIL EN COLOMBIA	24
3.3 COMPETENCIAS CIUDADANAS: UN TEMA PARA ESTUDIAR	25
3.4 COMPETENCIAS CIUDADANAS EN TELEVISIÓN: UNA INFLUENCIA PARA LA INFANCIA.	28
4. METODOLOGÍA	32
4.1 DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA	36
4.2 DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA	44
5. RESULTADOS	49
6. CONCLUSIONES	85
7. RECOMENDACIONES	89

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
ANEXOS	95

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Canal Teleantioquia. Lugar Narrativo	49
Figura 2. Canal Teleantioquia. Temática de Sección	50
Figura 3. Canal Teleantioquia. Tratamiento del Acontecimiento	51
Figura 4. Canal Teleantioquia. Mensaje Directo	52
Figura 5. Canal Teleantioquia. Mensaje Indirecto	53
Figura 6. Canal Teleantioquia. Competencia a la que alude	54
Figura 7. Canal Teleantioquia. Convivencia y Paz	55
Figura 8. Canal Teleantioquia. Participación	56
Figura 9. Canal Teleantioquia. Pluralidad	57
Figura 10. Canal TRO. Lugar Narrativo	58
Figura 11. Canal TRO. Temática de Sección	59
Figura 12. Canal TRO. Tratamiento del Acontecimiento	60
Figura 13. Canal TRO. Mensaje Directo	61
Figura 14. Canal TRO. Mensaje Indirecto	62
Figura 15. Canal TRO. Competencia a la que alude	63
Figura 16. Canal TRO. Convivencia y Paz	64
Figura 17. Canal TRO. Participación	65
Figura 18. Canal TRO. Pluralidad	66
Figura 19. Canal RCN. Lugar Narrativo	67
Figura 20. Canal RCN. Temática de Sección	68
Figura 21. Canal RCN. Tratamiento del Acontecimiento	69
Figura 22. Canal RCN. Mensaje Directo	70
Figura 23. Canal RCN. Mensaje Indirecto	71
Figura 24. Canal RCN. Competencia a la que alude	72
Figura 25. Canal RCN. Convivencia y Paz	73

Figura 26. Canal RCN. Participación	74
Figura 27. Canal RCN. Pluralidad	75
Figura 28. Canal Caracol. Lugar Narrativo	76
Figura 29. Canal Caracol. Temática de Sección	77
Figura 30. Canal Caracol. Tratamiento del Acontecimiento	78
Figura 31. Canal Caracol. Mensaje Directo	79
Figura 32. Canal Caracol. Mensaje Indirecto	80
Figura 33. Canal Caracol. Competencia a la que alude	81
Figura 34. Canal Caracol. Convivencia Y Paz	82
Figura 35. Canal Caracol. Participación	83
Figura 36. Canal Caracol. Pluralidad	84

LISTA DE ANEXOS

Anexo A. MATRIZ DE ANÁLISIS PARA EL CANAL TELEANTIOQUIA

Anexo B. MATRIZ DE ANÁLISIS PARA EL CANAL TRO

Anexo C. MATRIZ DE ANÁLISIS PARA EL CANAL RCN

Anexo D. MATRIZ DE ANÁLISIS PARA EL CANAL CARACOL

Nota: La lista de anexos se encuentran en archivos adjuntos.

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: DIFUSIÓN DE COMPETENCIAS CIUDADANAS EN TELEVISIÓN. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN INFANTIL EN LOS CANALES RCN, CARACOL, TRO Y TELEANTIOQUIA

AUTOR(ES): Juan Manuel Corredor
Lizeth Katherine Galvis

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social - Periodismo

DIRECTOR(A): Fidel Eduardo Sánchez Rincón

RESUMEN

Este proyecto de investigación tiene como fin determinar mediante el análisis de contenido, la difusión de competencias ciudadanas a niños, en la programación infantil de los canales CARACOL, RCN, TRO y TELEANTIOQUIA de Colombia. Así mismo, establecer similitudes y diferencias entre los canales frente a la presencia de mensajes de competencias ciudadanas que allí se promulgan; ya que el lenguaje televisivo responde a tipos de estructuras que transmiten valores, imponen modas, necesidades y hábitos, como por ejemplo la manera en cómo vivir en sociedad, la participación dentro de la misma y la tolerancia ante la pluralidad. El estudio arrojó una constante emisión de competencias ciudadanas, en su gran mayoría en relación con la convivencia y la paz.

PALABRAS CLAVES: Audiencias, competencias ciudadanas, contenidos televisivos, programación infantil, Televisión infantil

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: BROADCAST TELEVISION CITIZENSHIP SKILLS.ANALYSIS OF THE CHANNEL FOR CHILDREN IN RCN, CARACOL, TRO AND TELEANTIOQUIA

AUTHOR(S): Juan Manuel Corredor
Lizeth Katherine Galvis

FACULTY: Facultad de Comunicación Social - Periodismo

DIRECTOR: Fidel Eduardo Sánchez Rincón

ABSTRACT

The research project aims to determine through content analysis, dissemination of citizenship skills to children, on the content of children's programming channel CARACOL, RCN, TRO and TELEANTIOQUIA of Colombia. Also, establish similarities and differences between the channels about the presence of messages citizenship skills were passed there, as the language of television responds to types of structures to transmit values, imposing fashion, needs and habits, such as how to live in society, participation inside the same tolerance and plurality. The study denotes a constant issue of citizenship skills emphasizing the promotion of coexistence and peace in the sample.

KEYWORDS: Audience, children's programming, children's television, citizenship skills, television content.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

La necesidad de prestar atención a los medios de comunicación, especialmente al lenguaje televisivo en torno a su contenido y en relación con las competencias ciudadanas definidas por el Estado colombiano a través de su Ministerio de Educación; radica en que dichos mensajes, responden a algún tipo de estructura que transmite valores, impone modas, necesidades y crea realidades.

El actual documento da a conocer la investigación “Difusión de competencias ciudadanas en televisión. Análisis de la programación infantil en los canales RCN, CARACOL, TRO y TELEANTIOQUIA; y el cual logró concluirse gracias a la colaboración del Semillero de Investigación de Medios, Audiencia y Cultura U’wa Werjayá de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.

El proyecto de investigación se enfoca en el eje de análisis de los contenidos de la televisión y la formación de audiencia infantil. Este pretende establecer una relación directa entre el contenido televisivo y sus posibles mensajes relacionados con competencias ciudadanas en la audiencia infantil, pues es de común conocimiento que la televisión se ha venido convirtiendo en el referente contemporáneo de nuestro mundo debido a su marcada influencia en los imaginarios infantiles.

Cabe aclarar que el trabajo de investigación inicial nace de una Convocatoria Nacional promovida por ASCUN y la Comisión Nacional de Televisión, CNTV, en el año 2009, en la cual participó la UPB, Bucaramanga y fue asumida por los docentes Giovanni Bohórquez Pereira, y Fidel Sánchez Rincón junto con los estudiantes del Semillero U’wa Werjayá de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo.

Durante el 2010, el grupo desarrolló el proyecto: “Televisión y difusión de competencias ciudadanas a infantes y adolescentes. Análisis de contenido de mensajes informales en la franja prime time colombiana”. Gracias a esta experiencia surge la propuesta de investigación que se presenta a continuación.

1. ANÁLISIS Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 LA TELEVISIÓN INFANTIL EN COLOMBIA

Los mensajes televisivos son una forma determinada de decodificar la realidad, de transformar los hechos reales en hechos de comunicación. La labor de “contar” historias ya no es papel de nuestros abuelos o familiares. Es indiscutible que el impacto generado por la televisión va más allá del simple entretenimiento, o de proporcionar historias ya que tiene una marcada influencia en la construcción de imaginarios y referentes sobre la sociedad. .

Según Jaime Niño Diez, en su escrito “Niñez, juventud y televisión en Colombia. Una tarea aplazada”, habla de un estudio realizado en la Universidad Externado de Colombia en el cual se concluye que los niños se apropian de los mensajes audiovisuales de acuerdo con sus necesidades, vivencias, experiencias y desarrollo evolutivo. Esto nos lleva a reflexionar acerca de los efectos que se pueden producir durante la recepción de mensajes televisivos a través del medio televisivo, en un horario infantil.

El autor afirma que la televisión se ha convertido en el mediador entre la realidad y sus mayores receptores, los niños. Tal mediación implica exponer la realidad social del país por medio de mensajes debidamente elaborados o como refleja el investigador antes mencionado, que: “es necesaria la producción de una programación infantil propia, auténticamente colombiana. Una programación que cuente historias locales, en las que los niños reconozcan la sociedad en que viven; que les proporcione el conocimiento de la propia identidad cultural; que promueva

su autoestima, autoconfianza y bienestar; una programación que involucre a los niños, dirigida a ellos y acerca de ellos, que estimule y satisfaga su imaginación”¹.

Por tales motivos, al analizar los Mass Media en general y específicamente los mensajes televisivos en cuanto a su contenido se encuentra que responden en su estructura a la transmisión de valores, a la imposición de modas, necesidades, hábitos, entre otros. Además implica reflexionar acerca del alcance de dichos mensajes para la construcción de ciudadanía por medio de la difusión de competencias.

Es por ésta razón que se planteó como problema de investigación lo siguiente:

¿La programación infantil de los canales RCN, CARACOL, TRO y TELEANTIOQUIA emitida el día sábado en la mañana, difunde competencias ciudadanas a los niños colombianos?

Las siguientes son las hipótesis que se formulan:

1. Los canales RCN, CARACOL, TRO y TELEANTIOQUIA en su programación infantil del día sábado en la mañana, difunde mensajes cuyo contenido se concentra en anti valores ciudadanos.
2. Los mensajes relacionados con competencias ciudadanas que se transmiten en dicha programación son amplios, pero son construidos desde culturas extranjeras que por ende difieren de las propias de cada región o del país.

¹ NIÑO DIEZ, Jaime. Niñez, juventud y televisión en Colombia. Una tarea aplazada. En: Documento de trabajo. Comisión Nacional de Televisión.2004. [En línea]<<http://www.comminit.com/node/150519>>[citado el 03 de junio de 2007]

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la difusión de competencias ciudadanas a niños en la programación infantil emitida el día sábado en la mañana, en los canales RCN, CARACOL, TRO y TELEANTIOQUIA.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los contenidos de la programación infantil emitida el sábado en la mañana, en los canales RCN, CARACOL, TRO y TELEANTIOQUIA y su emisión de mensajes relacionados con competencias ciudadanas.
- Explorar la forma por la cual los mensajes emitidos se relacionan con competencias ciudadanas en la oferta de los canales públicos y privados, a través del uso de categorías de análisis.
- Comparar la programación de los canales públicos y privados frente a los contenidos de competencias ciudadanas dirigidos hacia la audiencia infantil.

3. MARCO TEÓRICO

Investigar sobre la televisión, sus efectos, su lenguaje, e influencias ha sido objeto de estudio durante el tiempo en que este ha sido el medio de comunicación más extendido, antes de la llegada del Internet.

La importancia de conocer a fondo el medio televisivo se hace cada vez más relevante pues incluye una revisión y una discusión de cómo la actividad cotidiana de ver televisión construye o transforma de manera voluntaria o involuntaria la forma por la cual los individuos se relacionan con la realidad. Los mensajes que emite la televisión es una manera determinada de decodificar y transformar la sociedad, que no es en sí neutra, pues contiene determinadas posiciones valorativas.

La televisión no es simplemente un fenómeno tecnológico o un hecho comunicativo que explica su desarrollo y su ubicación temprana en el panorama de los gustos y las preferencias colectivas, sino sobre todo la asociación entre el nuevo rostro que está adoptando la sociedad y las lógicas que determinan muy profundamente la naturaleza de la televisión (masividad, mezcla, representación de los diversos estilos de vida, interculturalidad, expresión social de los gustos, construcción de ficciones de la sociedad, pluralidad de géneros).²

Con esto en mente, los investigadores Teresa Galindo y Omar Rincón agregan que cuando no hay herramientas, criterios, ideas ni proyectos para comprender algo en la sociedad (masividad, estilos de vida, interculturalidad, etc.), inmediatamente se señala a la televisión como la “culpable”. Por eso dicen que: “Ella (la televisión) se ha convertido en el lugar simbólico sobre el que todos

²REY BELTRÁN, Germán. Historias de la televisión en América Latina. Barcelona: Gedisa. 2002

(Estado, políticos, ONG´s, politólogos, mercadotecnistas, gestores culturales, etc.) creen saber, pero que pocos se atreven a desentrañar, comprender, explicar y rehacer”.³

De la misma manera sucede con la televisión infantil en Colombia, pues esta se creó pensada bajo una función educativa, pero según experiencias realizadas por la Comisión Nacional de Televisión, con el tiempo, estos espacios se transformaron en espacios comerciales que generan nuevos escenarios de negocio a través de la televisión nacional.

Es así como la televisión actual ha dejado de lado en su programación, el interés por la formación de las audiencias y ha sucumbido a intereses económicos y mercantilistas, tal cual describe el autor Juan Galindo en un capítulo del libro “La otra mirada de la tele” cuando dice que: “Sabemos sin embargo que intereses económicos se cruzan en este camino (formación veraz y lúdica de las audiencias), pero también sabemos que sin menoscabo de esos intereses, ha de primar la concepción de servicio público que las televisiones públicas y privadas tienen”.⁴

Como ejemplo de la programación en la televisión colombiana, tenemos la época de los años 80, momento en el cual hubo un cambio en el estilo de programación difundida a la niñez en el país.

Los programas infantiles se convirtieron en franjas compuestas por una fusión de magazín, musical y dramatizado con personajes que han alcanzado recordación y han crecido con el desarrollo de la televisión. Este ha sido el caso de artistas como

³RINCÓN, Omar. GÓMEZ, Miguel. y GALINDO, Teresa. Tendencias de la investigación sobre televisión infantil en Colombia. Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva. Bogotá: Convenio Andrés Bello-Fundación Antonio Restrepo Barco, pp. 16-17

⁴GALINDO GARCÍA, Juan A. La otra mirada a la tele. Espectadores y audiencias ante el consumo de la televisión [En línea] <<http://www.grupocomunicar.com/contenidos/pdf/la-otra-mirada-de-la-tele.pdf>> [citado el 23 de septiembre de 2011]

Miguel Varoni, Carolina Sabino y Carlos Vives, entre otros, quienes encontraron en programas como 'Pequeños Gigantes', 'Imagínate' y 'Oki-Doki', un trampolín para el desarrollo de sus carreras.⁵

Otro es el caso de los canales privados de la televisión colombiana y la adopción de una parrilla de programación atractiva al público infantil. Llevando a la pantalla, espacios de programación extranjera que en la actualidad obliga a los productores y realizadores a diseñar formatos para mantenerse vigentes en el gusto de los niños.

En este orden de ideas, Germán Rey describe la televisión colombiana como, “uno de los medios de identificación de lo nacional pero despojado de la riqueza de las percepciones y los imaginarios regionales y locales. Aún hoy, la circulación de programación regional es muy limitada en los canales nacionales, incluyendo al propio canal estatal, Señal Colombia”.⁶

De esta afirmación y otras visiones del producto hecho desde los realizadores y productores, María Josefa Domínguez concluye que: “la televisión no se aprovecha suficientemente por falta de preparación de los usuarios, presenta, en ocasiones “refuerzos” que produce resultados nocivos en la infancia”.⁷

⁵COLOMBIA.COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. 'Para ver TV historia', los programas infantiles en la TV colombiana. [En línea] <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/noticias/2008/octubre/20_10_08.htm> [citado el 04 de Agosto de 2011]

⁶REY BELTRÁN, Germán. Historias de la televisión en América Latina. Barcelona: Gedisa. 2002 pp. 130

⁷DOMÍNGUEZ BENÍTEZ, María J. Los niños y los medios de comunicación social. Bogotá: Canal Ramírez-Antares. 1985

3.1 LOS NIÑOS Y LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA

Es prudente advertir que para llevar a cabo la propuesta, se debe definir en primera instancia qué entendemos por el público infantil en Colombia, describir sus características desde la concepción social, política y legislativa.

Entendemos, para el presente estudio la definición y clasificación de un menor que organismos nacionales e internacionales utilizan para efectos de registro, según Germán Muñoz, la infancia corresponde, al rango de edad entre 0 y 11 años.⁸

Los principales criterios con los que se define el público infantil son los rangos de edad, los niveles de escolaridad y la capacidad de influir en el consumo del hogar. De acuerdo con la investigadora Natalia Calle, “se considera que el rango de edad que comprende a los infantes es ciertamente el más importante para evaluar las políticas programáticas de la mayoría de los canales y programadoras”.⁹

Además concluye que los niños son el público más vulnerable frente a la televisión, al que hay que cuidar y respetar más que a ninguno.

Para el caso colombiano el encargado de velar por los derechos de los niños es el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF), el cual asegura que “en la etapa comprendida entre los 1 y 5 años de edad, se forja el carácter y la personalidad altamente influenciados por su individualidad genética, la familia, la

⁸MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. Niños, niñas, jóvenes y televisión. ¿Cómo armar el rompecabezas? Universidad Central para la Comisión Nacional de Televisión. Programa Investigaciones Académicas sobre Televisión. Bogotá 2007. Pág.17.

⁹CALLE, Natalia. La programación infantil en la televisión colombiana. Televisión infantil. Voces de los niños y de la industria televisiva. Bogotá: Convenio Andrés Bello, Fundación Antonio Restrepo Barco. 1999

cultura, el ambiente, la alimentación y la nutrición, el estado de salud y la educación que lo llevan a desarrollarse como ser biológico, psicológico y social”.¹⁰

Otro aspecto que se tendrá en cuenta, son los criterios con los cuales se define la programación infantil en Colombia.

Según Valerio Fuenzalida, hay una fuerte relación entre varios factores que determinan la creación de las parrillas infantiles “la visión que cada uno tiene del público infantil, la parcelación de la audiencia por franjas, la disponibilidad real de una audiencia, el análisis televisivo de la oferta de programas internacionales y la inversión de los anunciantes, son los factores que determinan la creación de las parrillas de programación de productos infantiles”.¹¹

De ahí que, los tipos o los rasgos en la programación de un canal se pueden caracterizar de tres maneras: según la intencionalidad del conjunto de la programación, a partir de los géneros que prefiere emitir y de acuerdo a la forma como se estructura la parrilla total. Por otra parte las intencionalidades comunicativas de un programa o un conjunto de programas se pueden clasificar a su vez en tres grandes tipos: “la educación, la entretenimiento y la información”¹².

Aportando a este razonamiento de la intencionalidad del conjunto de la programación, el investigador Omar Rincón aconseja respecto a las políticas y productores de programación infantil que asuman al niño como un televidente eficaz, autónomo y dinámico, pues éste está expuesto a absolutamente todas las

¹⁰INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR. Plan Decenal de Infancia para Colombia (2004-2015). [En línea]<http://www.icbf.gov.co/Nuestros_programas/Documentos/plan-pais.PDF> [citado el 30 de Marzo de 2010]

¹¹FUENZALIDA FERNÁNDEZ, Valerio. “Cómo evaluar programas de televisión. Texto resumen de la exposición general del autor. El valor de la Audiencia. Dos experiencias para el debate”. En: colección Televisión & Educación, No. 5. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, Embajada de Chile, Convenio Andrés Bello, Fundación Restrepo Barco, 1998, p 20

¹²Idem., Pág. 21.

propuestas televisivas que de los canales provengan. Y sostiene que “es por esto, que cuando el niño da cuenta de los contenidos siempre hace relación al relato de acciones y los valores que se cuelean por la historia, como la importancia de los sentimientos, la solidaridad, el esfuerzo, la bondad, el deseo de paz, etc.”¹³

Cuando se entiende al infante como el ser que tiene la capacidad de entender y asimilar los mensajes que de la televisión recibe, y que éste las convierte en parte de su vida diaria como ser social, se evidenciaría por parte de los organismos reguladores un compromiso por la defensa de sus derechos fundamentales y a su vez, de parte de las productoras de televisión, formatos creativos que busquen la formación ciudadana del público infantil.

Teniendo en cuenta, que la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) define la programación como: “la emisión sucesiva de material audiovisual por un canal de televisión en un lapso de tiempo establecido”.¹⁴El presente proyecto toma como referencia el Artículo 27 de la Ley 335 de 1996 que establece que la franja infantil, está sujeta a la normativa que reglamenta los del Acuerdo 017 de 1997 que reglamenta los contenidos de sexo y violencia en los programas de televisión y recuerda que “los fines y principios de servicio público de televisión son: educar, recrear de manera sana, difundir los valores humanos y garantizar la protección a la infancia, la juventud y la familia”¹⁵.

De este modo, una relación de la televisión con su receptor, en este caso los niños, no puede tomarse de manera ingenua, así lo explica la investigadora Sonia Muñoz, al decir que “aunque los niños y las niñas nacieron y se están desarrollando en el medio audiovisual, no son analfabetas visuales sino que desde

¹³RINCÓN, Omar. Análisis los niños de la tele. Comisión Nacional de Televisión, Embajada de Chile, Convenio Andrés Bello, Fundación Restrepo Barco, 1998, p 16 - 17

¹⁴COLOMBIA. COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Artículo 11 del Acuerdo 10 de 1997 por el cual se dictan normas para la operación de las cadenas comerciales de televisión en el nivel de cubrimiento nacional.

¹⁵COLOMBIA. COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Acuerdo 17 de 1997. Diario oficial No 43.014 del 7 de abril de 1997.

pequeños son expertos intérpretes de los contenidos de la pantalla, para ellos la televisión siempre ha estado ahí”¹⁶.

Por último, y sustentando la relación de la televisión con su receptor desde la parte de la industria televisiva Juan Antonio Galindo considera que, “es grande la responsabilidad que los medios tienen, en la transmisión de valores, de los cuales dependen en buena medida, los comportamientos y las conductas de los ciudadanos”.¹⁷

3.2 UNA MIRADA A LA TELEVISIÓN INFANTIL EN COLOMBIA

En concordancia con lo expresado anteriormente por los diferentes actores, en parte en la relación de los niños y la televisión, pasaremos a esbozar a grosso modo las distintas experiencias de programación dedicada al público infantil en la televisión pública y privada en Colombia.

Basados en las conclusiones extraídas de la Cuarta Cumbre Mundial de los Medios para Niños y Adolescentes, realizada en Río de Janeiro, Brasil del 19 al 23 de abril de 2004, el informe correspondiente para Colombia, detalla las distintas experiencias de programación infantil en el país, haciendo una descripción de sus tipos de televisión, y señalan cuatro grandes grupos: la televisión pública nacional, representada por el trabajo hecho desde Señal Colombia con su propuesta educativa cultural, televisión pública regional, televisión privada y una experiencia de televisión educativa.

¹⁶MUÑOZ, Sonia. Los estudios de recepción y consumo en Colombia. [En línea] <http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/73-06MartinTellez.pdf> [citado el 27 de Septiembre de 2011]

¹⁷GALINDO GARCÍA, Juan A. La otra mirada a la tele. Espectadores y audiencias ante el consumo de la televisión. [En línea] <<http://www.grupocomunicar.com/contenidos/pdf/la-otra-mirada-de-la-tele.pdf>> [citado el 23 de Septiembre de 2011]

En la televisión pública regional se destacan los canales Teleantioquia, TV13 y Canal Capital. “Teleantioquia desarrolla un concepto de canal que en su totalidad respeta a los niños como audiencia; TV13 se dirige prioritariamente a los adolescentes con programas musicales y un especial de valores democráticos llamados “Re-velados valores en línea”; Canal capital por su parte ha desarrollado una franja infantil llamada “Franja Metro” diseñada bajo el concepto del edu-entretenimiento”¹⁸.

En la televisión privada el estudio detalla la experiencia llevada a cabo en el programa ‘Francisco, el Matemático’. Este dramatizado de RCN que salió del aire en el 2004, buscaba una función educativa para su audiencia: “Su idea original parte del deseo de que la televisión lograra incidir en el cambio de actitudes y comportamientos juveniles. Salió al aire en 1999, tomando como punto de partida argumental una investigación realizada por el Instituto Distrital de Educación (IDEP), que recopiló historias y anécdotas de cerca de 40 docentes de escuelas públicas de Bogotá”.¹⁹

3.3 COMPETENCIAS CIUDADANAS: UN TEMA PARA ESTUDIAR

Las consideraciones anteriores fundamentan en parte el problema de investigación que se pretende indagar, pero no sería sin una relación directa con los mensajes que se emiten a través de la televisión que se pueda evaluar qué tipo de estructura dialéctica están relacionados con el concepto de competencias ciudadanas.

¹⁸Informe para Colombia. En: Cuarta Cumbre Mundial de los Medios para Niños y Adolescentes. 2004. Rio de Janeiro. Brasil.

¹⁹Ídem. Pág. 1

Antes de tomar una definición concreta de qué entendemos por competencias ciudadanas echemos un vistazo al marco contextual de éstas frente a la defensa y la promoción de los derechos humanos y la formación ciudadana.

Según el docente e investigador Enrique Chaux, ser competente, es entendido como el saber hacer. Se trata entonces de que las personas puedan usar sus capacidades de manera flexible para enfrentar problemas nuevos de la vida cotidiana y por ende implica poder usar el conocimiento en la realización de acciones o productos.²⁰

Para Chaux, las competencias ciudadanas son “el conjunto de conocimientos y de habilidades cognitivas, emocionales y comunicativas que, articulados entre sí, hacen posible que el ciudadano actúe de manera constructiva en la sociedad democrática”.²¹ Considera el autor que lo que se le ofrece a los niños y niñas son herramientas necesarias para relacionarse con otro de una manera cada vez más comprensiva, y que desarrollen capacidades para resolver problemas cotidianos. De esta manera se busca que con el desarrollo de las competencias ciudadanas la persona desarrolle procesos democráticos, actitudes de convivencia pacífica y aprenda a valorar la pluralidad y las diferencias, en su entorno cercano, en su comunidad, en su país o en otros países.

En este sentido, para el Ministerio de Educación Nacional existen pautas que permiten clasificar las competencias ciudadanas:

- Las competencias ciudadanas son un conjunto de habilidades cognitivas, emocionales y comunicativas, que debemos desarrollar desde pequeños para saber vivir con los otros y sobre todo, para actuar de manera constructiva en la sociedad.

²⁰ CHAUX, Enrique. Formar para la ciudadanía ¡sí es posible! Ministerio de Educación Nacional. Bogotá. 2004

²¹ Ídem. Pág.1

- Con las competencias ciudadanas, los estudiantes de toda Colombia están en capacidad de pensar más por sí mismos, decidir lo mejor para resolver sus dilemas, encontrar la forma justa de conciliar sus deseos y propósitos al lado de los que tienen los demás. Desarrollan habilidades que les permiten examinarse a sí mismos; reconocer sus reacciones y sus actos; entender por qué es justo actuar de una manera y no de otra; expresar sus opiniones con firmeza y respeto; construir en el debate; cumplir sus acuerdos, proponer, entender y respetar las normas.
- Hablamos de estudiantes que aprenden a ser ciudadanos, a manejar mejor las situaciones que se nos presentan en nuestras relaciones con los demás y, especialmente, a superar sin violencia situaciones de conflicto. Niños, niñas y muchachos que aprenden a construir en el debate y a ganar confianza; que encuentran acuerdos de beneficio mutuo convertidos en oportunidades para el crecimiento, sin vulnerar las necesidades de las otras personas.
- Con estas habilidades, los jóvenes estarán más capacitados para transformar la vida de los colegios, de sus padres y familia; para transformar y construir una nueva sociedad pacífica, democrática y respetuosa de las diferencias, tanto en su entorno cercano, como en el entorno internacional.”²²

De ahí la importancia de considerar que la televisión de manera directa o indirecta, por medio de sus mensajes puede contribuir a la formación de competencias ciudadanas en las audiencias infantiles, ya que es significativo, siguiendo al investigador Chaux, que estas habilidades y conocimientos se desarrollan desde la infancia, justamente el periodo donde más se consume televisión por parte de

²²ALTABLERO. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL DE COLOMBIA. Competencias Ciudadanas. Habilidades para saber vivir en paz. Periódico en versión virtual No. 27. Febrero-Marzo de 2004.[En línea] <<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87283.html>> [citado el 27 de Septiembre de 2011]

los niños y las niñas. Por eso la televisión podría contribuir a la construcción de principios que fundamentan los derechos humanos.

Ahora bien, si relacionamos la condición en que un niño se desenvuelve para ser competente frente a la sociedad, es evidente la gran responsabilidad que lleva consigo la influencia de la televisión ya que la producción de contenidos para audiencias infantiles en televisión, debe guardar una directa relación con el desarrollo de contenido de competencias ciudadanas mediante los mensajes televisivos emitidos de la franja infantil. Sin embargo, la programación televisiva, dirigida a audiencias infantiles no considera la dimensión por la cual podría educar a sus audiencias sino que estos espacios se producen, en la mayoría de los casos, dentro de una función de ocio y entretenimiento, desconociendo la educativa.

3.4 COMPETENCIAS CIUDADANAS EN TELEVISIÓN: UNA INFLUENCIA PARA LA INFANCIA.

Es posible detectar en la programación televisiva, la presencia de mensajes que de uno u otro modo (directa o indirecta), refuerzan y reproducen valores, actitudes, hábitos y formas de socialización mediante distintas estructuras narrativas que estarían relacionados con las competencias ciudadanas.

Estas estructuras se proponen al espectador desde su organización en la parrilla que las recibe y reelabora de acuerdo a su interpretación personal de las variadas situaciones, roles y hechos representados en la pantalla.

Teniendo en cuenta el niño como espectador televisivo es altamente influenciado, en algunos casos no distinguen lo real de lo ficcional y su entorno cotidiano es modificado por la influencia de la televisión, especialmente en sus juegos donde

intentan reproducir algunas actitudes o roles siguiendo a las características de personajes televisivos.

Así lo demuestra Albert Bandura en su teoría del Modelado, citado por María D. Cáceres, en la cual explica el funcionamiento y alcance de los modelos dentro de su teoría del aprendizaje social. En ella, la observación y posterior imitación, es una vía de especial interés a la hora de explicar cómo el sujeto adquiere nuevos comportamientos y modifica sus actitudes y valores actuales.

“Para comprender las influencias de reforzamiento es fundamental considerar el papel que desempeña la observación de las consecuencias de los comportamientos de otros y ello por varias razones. Como regla general, el observar el éxito de una conducta ajena aumenta la tendencia a comportarse de forma similar, mientras que la observación de una conducta castigada disminuye la tendencia a realizarla” ²³

En este punto, podemos decir que los mensajes alojados en la programación televisiva generan una influencia que determina o fabrica el presente y sus acciones sociales en los espectadores. Como lo afirma Jesús Martín Barbero²⁴ la programación televisiva se conforma también como una sucesión de hechos reales y ficticios que el espectador percibe como parte de su propia cotidianidad e influye sobre su percepción de la realidad próxima. Por tanto, la televisión, al presentar mensajes contruidos desde la cotidianidad del televidente, elabora una representación y una reproducción de los aspectos y momentos en los que se desarrolla la vida personal, familiar y social. Además, esta actúa reforzando ciertos valores institucionalizados o creando otros nuevos que se integran o se arraigan

²³CACERES, María D .Telerealidad y aprendizaje. En: Revista Icono 14. No.9 Junio 2007. [En línea] <<http://www.icono14.net/revista/num9/articulos/14.pdf>> [citado el 02 de Febrero de 2012]

²⁴BARBERO, Jesús M. Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público. [En línea] <http://www.infoamerica.org/documentos_word/martin_barbero1.docsimilares.> [citado el 09 de Febrero de 2012]

en la conciencia del espectador y que son contruidos bajo una estrategia narrativa dotada de cierta verosimilitud.

Con esto en mente, la importancia que implica la presencia de Competencias Ciudadanas en los mensajes emitidos durante la programación infantil a sus receptores en potencia, los niños, redunda en la manera como se desenvuelven en su entorno social.

Esta relación es definida por J.B Thomson como la sociabilidad mediática, refiriéndose a los vínculos que crean los medios entre la audiencia y personas anónimas que nunca llegarán a ser conocidas de manera directa y que han dado lugar a formas de cercanía e intimidad con un otro ausente.

María Humanes interpreta este enfoque: “El problema radica en cómo relacionar las experiencias de la vida cotidiana con la experiencia mediática y ello se hace a través de la sociabilidad mediática por la cual el yo se construye como proyecto simbólico a través de materiales simbólicos mediáticos. Los medios generan formas de intimidad con otros que no comparten las mismas coordenadas, que son no dialógicas ni recíprocas, pero que no obstante afectan al sentido de pertenencia de los individuos a comunidades y/o grupos.”²⁵

A este punto, es importante recordar la intencionalidad del proyecto de investigación, el cual no apunta a una comprensión de las audiencias, ni estudiar las mismas. Por el contrario, se contextualizó la influencia de dichos contenidos en los receptores de los mensajes como punto de referencia de una visible afectación o en los televidentes.

²⁵HUMANES. María L. En: Informe: Universidad de Salamanca. [En línea] <http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/bib_ref/thompson.pdf> [citado el 02 de Febrero de 2012]

Es decir, el mensaje en relación con Competencias Ciudadanas sí puede tener una gran influencia en la formación de los niños y niñas, y su ausencia en los mensajes emitidos durante la programación infantil de los cuatro canales analizados, deja un vacío en la función educativa que estos tienen frente a la sociedad.

4. METODOLOGÍA

El estudio realizado es una investigación de tipo exploratoria - descriptiva basando su metodología en la cuantificación, en tanto propone medir y valorar la presencia de mensajes relacionados con las competencias ciudadanas.

Por ende, es preciso señalar qué se comprende como análisis de contenido de variables en función de un objeto cuya extensión y cantidad está determinada.

Hugo Cerda caracteriza y señala que las propuestas de investigación desde lo cuantitativo, lo serán si éstas permiten la enumeración y la medición. Medición que debe ser sometida a criterios de confiabilidad y validez, al igual debe permitir el uso de la aritmética para su sistematización, busca reproducir numéricamente las relaciones que se dan entre los objetos y los fenómenos y permitir que se relacionen los diseños o investigaciones denominadas “tradicionales o convencionales”.²⁶

El Análisis de Contenido, AC, se ocupa de estudiar los textos (como contenedores de datos), de una lectura minuciosa de los mismos, en este caso de los textos que la televisión produce y difunde, al igual “comprende un conjunto de técnicas de investigación empírica, destinadas a estudiar los contenidos recurrentes de una determinada muestra de texto”²⁷, en este caso televisivo.

²⁶ CERDA GUTIÉRREZ, Hugo. Los elementos de la investigación. Bogotá: El Búho, 2002, p. 46

²⁷ CASSETTI, Francesco. y Di Chio, Federico. Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999. P 235.

Las técnicas de investigación empírica comprende como afirma Berelson y citado por los autores Hernández, Fernández y Baptista²⁸, los diversos usos como: comparar mensajes, niveles y medios de comunicación, medir la claridad de los mensajes y describir tendencias en el contenido de la comunicación, entre otros.

Además, en nuestro contexto colombiano existe una mayor preponderancia al investigar los medios, en especial la televisión puesto que, en palabras de Germán Muñoz²⁹ en su investigación “Niños, niñas y televisión. Cómo armar el rompecabezas” hace referencia al respecto argumentando la importancia de: “hacer seguimiento y reconocimiento permanente de la población objeto de la política, en este caso de niños y jóvenes, lo cual implica realizar estudios y análisis de corto, mediano y largo plazo para identificar cambios y continuidades en sus gustos, intereses y relaciones con la televisión”.

Desde lo anteriormente argumentado y con el fin de realizar el presente proyecto, partimos de lo propuesto por los profesores Casseti y Di Chio en lo que denominaron las cinco fases o etapas para la realización de análisis de contenido para televisión.

Fase I

La primera fase, u operación clave es la definición del problema y formulación de la hipótesis, que consiste en enfocar el problema que se quiere abordar y formular hipótesis de trabajo que constituyan el punto de partida. “El problema plantea la

²⁸HERNÁNDEZ, Roberto. FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. Recolección de los datos. En: Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill, 1991, p. 412

²⁹MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. Niños, niñas, jóvenes y televisión. ¿Cómo armar el rompecabezas? Universidad Central para la Comisión Nacional de Televisión. Programa Investigaciones Académicas sobre Televisión. Bogotá: 2007. Pág.173

pregunta general de la que parte el análisis, mientras que las hipótesis de trabajo representan las cuestiones más específicas a las que se intenta responder”³⁰.

El problema de investigación:

¿La programación infantil de los canales RCN, CARACOL, TRO y TELEANTIOQUIA emitida el día sábado en la mañana, difunde competencias ciudadanas a los niños colombianos?

Las siguientes son las hipótesis que se formulan:

1. Los canales RCN, CARACOL, TRO y TELEANTIOQUIA en su programación infantil del día sábado en la mañana, difunde mensajes cuyo contenido se concentra en anti valores ciudadanos.
2. Los mensajes relacionados con competencias ciudadanas que se transmiten en dicha programación son amplios, pero son contruidos desde culturas extranjeras que por ende difieren de las propias.

Fase II

En la segunda fase se debe elegir el corpus de textos sobre los que se va a trabajar. El problema y las hipótesis de trabajo sirven para determinar el tipo de textos que hay que seleccionar y de dónde se toman los programas para analizar.

UNIVERSO

Se identifica como universo la totalidad de los programas dedicados a la comunidad infantil que tiene la televisión pública y privada en Colombia y que son transmitidos los fines de semana.

³⁰ CASSETTI, Francesco. y DI Chio, Federico. Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999. P 237.

TOTAL DE LA MUESTRA

Para el presente proyecto, el corpus de trabajo se concentra en cinco (5) programas infantiles emitidos durante cuatro (4) sábados, entre el mes de Octubre y Noviembre de 2010, en el horario de ocho (8) de la mañana a doce (12) del medio día, y que corresponden a los canales RCN, CARACOL, TRO y TELEANTIOQUIA.

Dicho corpus o muestra a examinar se especifica de la siguiente manera:

- CANAL CARACOL: Club 10 y Play Zone
- CANAL RCN: Bichos
- CANAL TELEANTIOQUIA: Caja de Sorpresas
- CANAL TRO: Jugando a la Tv

Cuantitativamente esto significa que se recolectó la información de los programas, (Caja de Sorpresas de Teleantioquia y Jugando a la Tv de Canal TRO) y para el caso de los canales privados, la información de lo que ellos denominan su franja infantil (Club 10 y Play Zone de Caracol y Bichos de RCN) que fueron emitidos durante los cuatro días sábados en los 4 canales (2 públicos y 2 privados) en las 4 horas de programación infantil.

Por tanto, se realizó la grabación de 240 minutos en el día sábado, por canal, que multiplicado por el número de canales (4) generan 960 minutos diarios, que multiplicados por el número de días solicitados (4) y dividido por 60 minutos que representan la hora, genera en total 16 horas por canal. En total se recolectaron 64 horas de programación de los 4 canales que conforman la muestra a examinar.

Representación numérica:

$4h \times 60m = 240 m. \times 4d = 960 / 60 = 16h.$

Total horas Canal: 16 Horas.

Horas programación de canales recolectados:

$16h \times 4 \text{ canales} = 64 \text{ horas}$

Total horas de programación de canales recolectados: 64 horas

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

A continuación se relacionan los programas Club 10 y Play Zone del canal CARACOL.

Título: Club 10

Duración: 8- 10 a.m.

Transmitido: pregrabado

Producción: propia del canal.

Personajes: Peluches (Aurelio; lobo, Dinodoro; dinosaurio, Mery Moon; gata) y Juliana.

Sinopsis: Aurelio, Dinodoro y Mery son peluches que decoran la habitación de Juliana y que acompañan a la niña en todos sus momentos. Los peluches cobran vida y comienzan a interactuar entre ellos y con la niña.

Secciones:

- Magazine 10"

Es un tipo de informativo infantil que permite a los niños conocer las tendencias en juegos, actividades y dibujos animados.

- Garriquire de Mery Moon

Mery, uno de los peluches, tiene un invitado cada fin de semana. Ella les hace una entrevista.

- Tiempo Fuera

Es la sección que les enseña los diferentes planes para que los niños se entretengan en su tiempo libre.

- Para papás

En ésta sección los niños y un experto en niñez cuentan trucos o experiencias para superar con éxito diferentes momentos, conflictos o impases de los niños.

• Stand up de Aurelio

Aurelio, otro de los peluches, expone su punto de vista, con un buen toque de humor.

Título: Play Zone

Duración: 10 a.m. a 12 m.

Transmitido: en directo más pregrabados.

Producción: propia del canal

Presentadores: Maleja Restrepo, JuanSe Quintero y Melissa Bermúdez.

Sinopsis: Es un programa infantil en el cual se transmiten dibujos y series animados. Es conducido por jóvenes al interior de un estudio y con entrevistas en exteriores. El programa permite interacción con el público infantil y su contenido se basa en temas que den soluciones a la vida de un adolescente.

Secciones:

- En estudio

Se trata de la interacción entre los presentadores y la comunidad infantil. Se hace la presentación del tema del día y se va desarrollando a medida que transcurre el tiempo del programa.

- La descarga

Es la entrevista del día a cargo de Melissa Bermúdez. Ella busca grupos musicales o de adolescentes y fortalece el tema del día con la entrevista y su recomendado musical.

- Dibujos animados

Es la sección de los diferentes dibujos y series animadas que el programa tiene para proyectar.

A continuación se relaciona el programa contenedor Bichos del canal RCN.

Título: Bichos

Duración: 8 a.m. a 12 m.

Transmitido: en directo más pregrabados.

Presentadores: Jorge, Margarita, Jessy, Javier y Juanjo

Sinopsis: para el canal RCN, esta es una franja infantil que se transmite los días sábados y domingos en las mañanas. Tiene como fin la educación y la entretención de los niños y niñas colombianos mediante juegos, las temáticas del día, entrevistas y la interacción con el público.

Secciones:

- Parches

Muestra las diferentes facetas de los jóvenes de hoy, sus tendencias y gustos en moda, música y deportes.

- VOX

Muestra la opinión de los niños y jóvenes sobre algún tema en particular.

- Bichos En Su Salsa

Presentan a artistas, personajes, cantantes, modelos, etc., quienes desempeñan algún papel importante en la sociedad.

- De Paseo

Alguno de los presentadores se va de viaje a una región colombiana o a otro país. Desde allí describe su experiencia como turista.

- Me Le Mido

Alguno de los presentadores acepta el reto de realizar determinado trabajo o labor propuesta en programas anteriores con la ayuda de los niños y jóvenes que interactúan en el programa.

- Cuando Eras Bicho

Es la entrevista del día. Se escoge un personaje influyente en la sociedad colombiana y se realizan preguntas que remontan a su infancia y sus aventuras.

La muestra también consideró los canales regionales entre ellos el canal TELEANTIOQUIA.

Título: Caja de Sorpresas

Duración: 8 a.m. a 12 m.

Transmitido: en directo más pregrabados

Personajes: No tienen definido personajes principales, los niños son los protagonistas.

Sinopsis: es un espacio en el cual los niños y niñas de Antioquia pueden mostrar sus mascotas, los sitios que les gusta visitar, los deportes que practican y las cosas que los hacen felices. Tiene como objetivo convocar a los niños del departamento para que valoren su identidad y su cultura.

Secciones:

- Adrenalina al extremo

Un niño presenta un deporte el cual practica, especialmente deporte extremo o de bastante adrenalina y comparte con los demás su experiencia como deportista.

- Conectados

La sección presenta a niños que tienen afición por la tecnología y que les gusta explorar las nuevas propuestas que esta trae. Allí, los niños hacen la presentación de lo que les gusta, ya sean juegos, programas de diseño, computadores, celulares y enseñan a cómo usarlos.

- Derechos y deberes

En esta sección se hace una explicación de los derechos y deberes que tienen los niños.

- Erase una vez

La sección presenta las aficiones, gustos, hobbies de los niños antioqueños. Ellos mismos cuentan su historia de lo que hacen, coleccionan, practican, etc.

- Explorando el mundo

La sección utiliza a un niño para que presente una actividad, normalmente de tipo ecológica y enseñe a los televidentes las principales características del lugar por medio de un recorrido que el niño coordina.

- Mi mejor amigo

La sección presenta a las mascotas de los niños antioqueños. Ellos hacen una descripción de su mejor amigo y les cuenta a los televidentes por qué lo consideran una parte importante de su vida.

- Pequeños gigantes

La sección muestra a los niños antioqueños que por lo que hacen, desempeñan o simplemente son, merecen ser exaltados como pequeños gigantes o personitas para admirar.

- Reporteros sin límite

La sección invita a un niño para que desarrolle una actividad dirigida, ya sea por una empresa de la región, un artista o un sitio turístico importante de Antioquia. El niño podrá desempeñar el papel de reportero.

- Videoclip

La sección presenta un video musical de artistas jóvenes de la región.

- Yo cocino

Un niño enseña a hacer una receta culinaria.

- Yo quiero mi mundo

La sección presenta lugares y actividades realizadas en el departamento y que promueven la preservación de los recursos naturales.

La muestra consideró pertinente tener en cuenta el canal regional TRO

Título: Jugando a la T.V

Duración: 7 a.m. a 10 a.m.

Transmitido: en directo más pregrabados.

Producción: propia del canal

Presentadores: Silva Alejandra y Laura Juliana

Sinopsis: es el espacio infantil que representa la niñez en Santander. Las tres horas de programación contienen juegos, información de actualidad, alternado con la presentación de miniseries y dibujos animados.

***Nota:** Jugando a la T.V ha sido un programa con múltiples variaciones en el tiempo que lleva al aire. Inicialmente se contaba con dos presentadores, un hombre y una mujer, además de una serie de secciones. Para efectos de la investigación, la muestra contiene los siguientes datos.

Secciones:

- En estudio

Allí se desarrolla la mayor parte del programa, los presentadores coordinan una serie de juegos, alternados con pequeñas notas informativas en relación con actividades, deportes y demás temas de interés para los niños.

- Reportera

Laura Juliana hace las veces de reportera. Ella hace pequeñas notas, entrevistas e informativos de la ciudad de Bucaramanga, sus actividades, empresas, gente, niños y lugares para visitar.

- Preguntas inocentes para adultos

En las calles de Bucaramanga se realizan sondeos de opinión con diferentes preguntas inocentes, especialmente hechas a personas adultas.

- ¿Cómo se hace?

La sección enseña a los niños a realizar manualidades o experimentos de manera muy didáctica.

Fase III

Casetti y Di Chio, señalan que la tercera fase se concentra en la definición de las unidades de clasificación, (*Variables*) que corresponden a los parámetros en los que hay que descomponer los textos del corpus seleccionado.

Con respecto a las categorías a construir estarán determinadas por las denominadas competencias ciudadanas, que tal como se señaló en el marco teórico, son habilidades cognitivas emocionales y comunicativas que desarrolla el

niño, niña y adolescente en su constante interacción con los demás, a fin de ser partícipes en la construcción de una sociedad democrática.

Fase IV

Cassetti y Di Chio³¹ proponen como cuarto paso o cuarta fase en el análisis de contenido la preparación y aplicación al texto de la **ficha de análisis**, (donde se encuentran las unidades de análisis y categorías y subcategorías en que estas se dividen) que sirve para identificar el texto y recoger las unidades de análisis, es decir las unidades de clasificación, que contienen los elementos útiles para la investigación. Este aspecto se profundiza en la Fase V.

Fase V

Este momento se concentra en la organización de los datos obtenidos por intermedio de la matriz o ficha de análisis que se apoya en programas informáticas que para nuestro caso será el sistema Excel.

4.2 DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA

La matriz utilizada en éste proyecto es una adaptación de la realizada para el proyecto de investigación “Competencias Ciudadanas en la franja prime time de la televisión colombiana. Análisis de contenido de mensajes formales e informales”.³² A su vez modificada de la propuesta de María Luisa Humanes para noticiarios televisivos.

³¹CASSETTI, Francesco. y DI Chio, Federico. Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999. P 240-244.

³²BOHORQUEZ, Giovanni. y SANCHEZ, Fidel. Competencias Ciudadanas en la franja prime time de la televisión colombiana. Análisis de contenido de mensajes formales e informales. Proyecto auspiciado por la Asociación Colombiana de Universidades, ASCUN y la Comisión Nacional de Televisión, CNTV. 2010

La matriz se divide en cinco (5) grandes grupos, discriminados así:

UNIDAD DESCRIPTIVA: contiene lo relacionado a las generalidades (fecha de transmisión, presentadores, sección y tiempo) de la sección dentro del programa.

- Fecha
- Nombre sección
- Presentador o presentadores
- Tiempo (duración cada sección)

CATEGORIZACIÓN DEL CONTEXTO: Ofrece contextualización de los mensajes en la sección, además proporciona una categorización por temáticas del mensaje. De igual modo especifica una categoría para el género en el cual abordan las diferentes notas.

- Lugar Narrativo: hace alusión al lugar donde acontece el origen del mensaje: local, regional, nacional e internacional.
- Temática de la Sección: hace alusión al tópico tratado en la cual se aloja la competencia ciudadana, entre estos seleccionamos temas como: salud, cultural, deportiva, educación, ciencia y tecnología, medio ambiente y la categoría de otros, entendiéndose como temas que no corresponden o pertenecen a los anteriormente mencionados.
- Tratamiento del acontecimiento: hace alusión al género periodístico o narrativo a través de la cual se hace mención de las competencias ciudadanas. Se seleccionaron: nota, reportaje, entrevista. También aunque no pertenece a ningún género, se tuvo en cuenta el juego y la dinámica como categoría para esta sección, pues en los programas infantiles hay mayor presencia de este tipo de acontecimiento.

SINOPSIS DE LA INFORMACIÓN: es una pequeña referencia textual del tema que se trata dentro de la sección. Este es un resumen de la idea principal del cual

se extraen los diferentes mensajes que hacen relación con las competencias ciudadanas.

TRATAMIENTO DEL MENSAJE: esta parte del análisis, las categorías obtenidas se basan en las propuestas por Humanes. En ellas encontramos una discriminación de los mensajes en dos categorías: directos e indirectos.

- Mensaje Directo: se entiende aquel mensaje en relación con competencias ciudadanas que se hace evidente mediante una acción o interacción y que sin mayor esfuerzo es identificado. La herramienta contempla estas subcategorías: evidente (claro, sin la menor duda, como una expresión de asentimiento), acción (sucesión de acontecimientos, ya sea entre los presentadores o los mismos, con los niños), e interacción (es una acción que se hace de manera recíproca entre dos o más personas).
- Mensaje Indirecto: se entiende aquel mensaje en relación con competencias ciudadanas que requiere mayor esfuerzo a la hora de identificarlo. La herramienta contempla unas subcategorías para tratar de reconocer el mensaje, entre estas seleccionamos insinuación, por gestos y ademanes, de manera verbal, mediante metáforas y sarcasmos.

COMPETENCIA A LA QUE ALUDE: esta categoría de análisis es la que da significado global a la matriz y está basada en la cartilla ofrecida por el Ministerio de Educación Nacional llamada: “Estándares Básicos de Competencias Ciudadanas, Formar para la ciudadanía ¡sí es posible! Lo que necesitamos saber y saber hacer”³³.

De acuerdo con estos parámetros, los tipos de competencias se relacionan de la siguiente manera: competencias cognitivas, emocionales, comunicativas e integradoras. De éstas se escogieron las competencias ciudadanas integradoras,

³³ CHAUX, Enrique. Formar para la ciudadanía ¡sí es posible! Ministerio de Educación Nacional. Bogotá: 2004

pues como su nombre lo indica, comprende la reunión de las anteriores y ofrece un marco más general al momento de analizar cada una de ellas.

Dentro de las integradoras encontramos la siguiente clasificación, las cuales se identificaron mediante la matriz de análisis:

CONVIVENCIA Y PAZ: se basan en la consideración de los demás y, especialmente, en la consideración de cada persona como ser humano.

La clasificación es la siguiente:

- C.1** Manifiesta Interés/preocupación por los demás.
- C.2** Resuelve conflictos con el otro de manera pacífica
- C.3** Reconoce la culpa de su acción y obtiene perdón del ofendido
- C.4** Realiza acciones para evitar situaciones de abuso
- C.5** Reconoce la situación de otras personas cuando son agredidos.
- C.6** Reconoce el valor de las normas.
- C.7** Reconoce los acuerdos de la vida familiar.
- C.8** Exige el respeto a su intimidad.
- C.9** Se valora así mismo y a otros.
- C.10** Tiene, hace y expresa hábitos saludables consigo mismo y con su entorno.
- C.11** Actúa como mediador de un conflicto mediante el diálogo.
- C.12** Reconoce la confianza como valor en las personas.
- C.13** Brinda apoyo a personas en situaciones difíciles
- C.14** Reconoce los Derechos sociales y reproductivos del otro y consigo mismo.
- C.15** Promueve la responsabilidad frente a las normas de tránsito, porte de armas y consumo de alcohol.
- C.16** Respeta el espacio público y medio ambiente.

PARTICIPACIÓN: se orientan hacia la toma de decisiones en diversos contextos, teniendo en cuenta que dichas decisiones deben respetar, tanto los derechos fundamentales de los individuos, como los acuerdos, las normas, las leyes y la Constitución que rigen la vida en comunidad.

La clasificación es la siguiente:

- P.1** Colabora para el logro de metas comunes.
- P.2** Reconoce al otro como posible delegado o interlocutor ante otros.
- P.3** Conoce deberes, derechos de las normas y exige el cumplimiento por parte de las autoridades y demás personas.
- P.4** Reacciona emocionalmente (Rechazo, dolor, rabia) ante la violación de la libertad de las personas y notifica a las autoridades.
- P.5** Reconoce su libertad de expresión y la de las demás.
- P.6** Reconoce la participación democrática en su entorno.
- P.7** Reconoce los mecanismos de participación democráticos en su entorno.
- P.8** Trabajo en equipo.
- P.9** Participa en proyectos que buscan el bien común.

PLURALIDAD: parten del reconocimiento y el disfrute de la enorme diversidad humana y tienen, a la vez como límite, los derechos de los demás.

La clasificación es la siguiente:

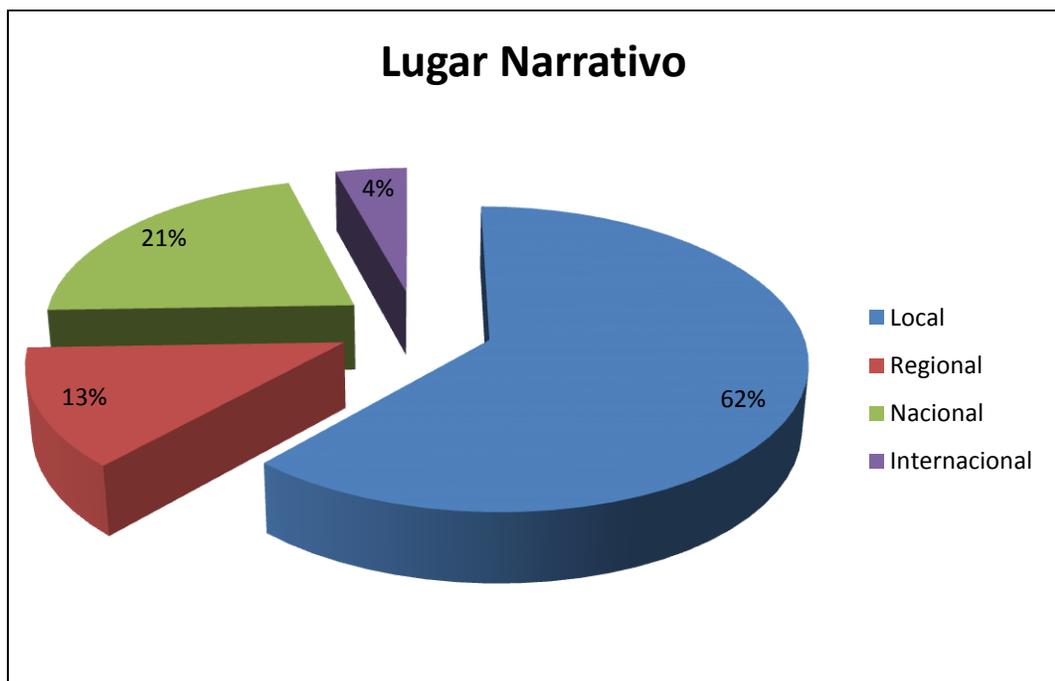
- PL. 1** Induce la exclusión mediante la burla y ofensa.
- PL.2** Hace discriminación de género, religión, etnia, edad y posición social.
- PL.3** Frente a una situación de exclusión a una persona actúa independiente de la acción del grupo.
- PL. 4** Promueve el respeto y cuidado especial a niños, niñas, adultos mayores y personas con limitaciones físicas.

5. RESULTADOS

CANAL TELEANTIOQUIA

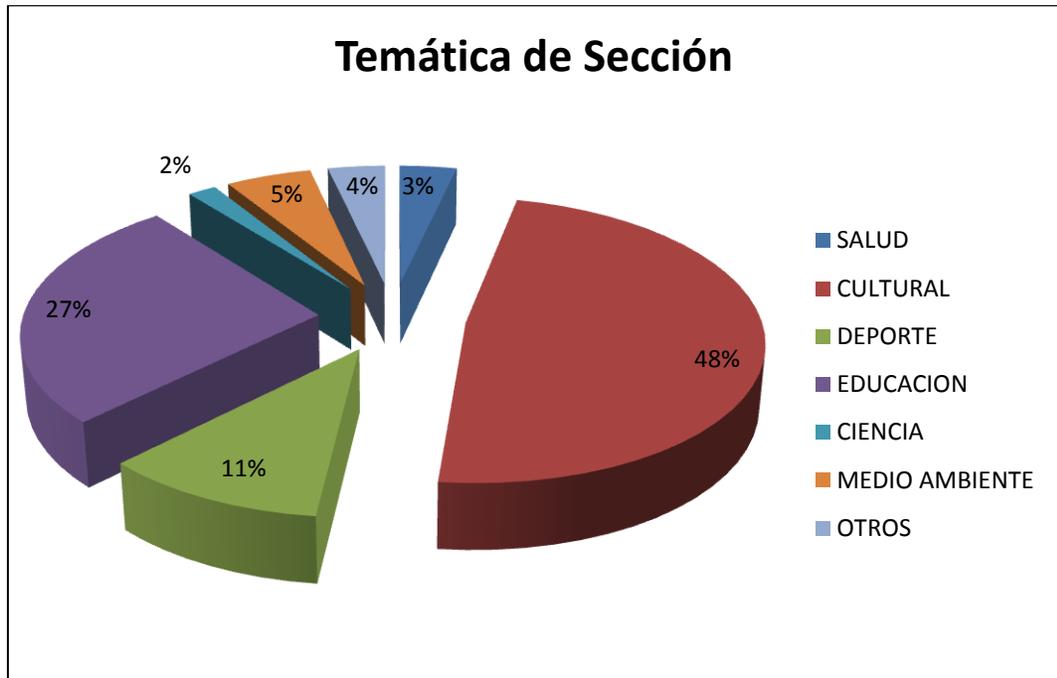
Programa Caja de Sorpresas

Figura 1. Canal Teleantioquia. Lugar Narrativo



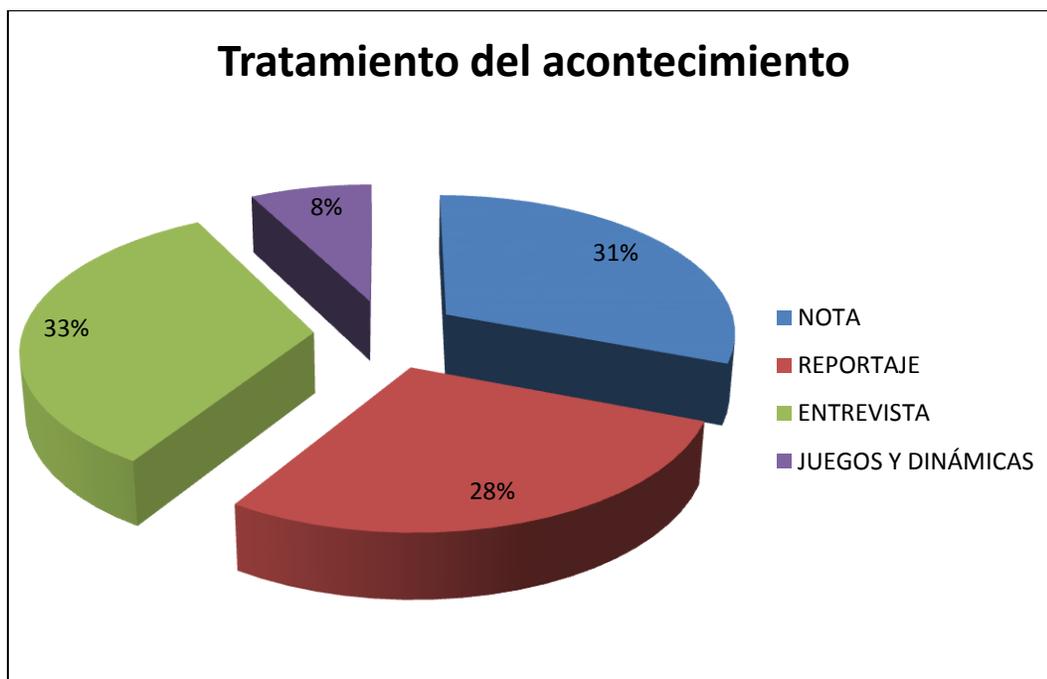
El lugar narrativo por preferencia para el programa es lo local en tanto intenta resaltar los lugares emblemáticos de la ciudad de Medellín. Seguido a esto, incluye lugares del ámbito regional como son los diferentes municipios aledaños a Medellín donde por ejemplo, se realizan distintas secciones del programa Caja de Sorpresas.

Figura 2. Canal Teleantioquia. Temática de Sección



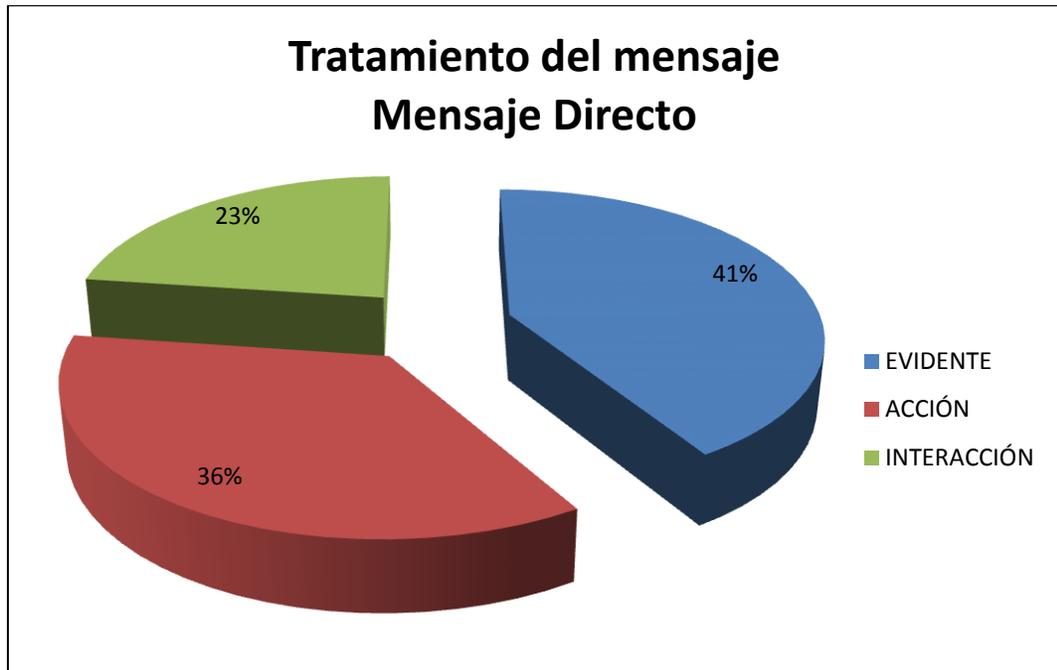
El programa en su temática de sección está enfocado a resaltar las costumbres y tradiciones de la región paisa. Por esta razón se evidencia con casi la mitad de los resultados que su apuesta es cultural, seguida de la temática educativa y deportiva. Aspectos que son reconocidos nacionalmente en esta región.

Figura 3. Canal Teleantioquia. Tratamiento del Acontecimiento



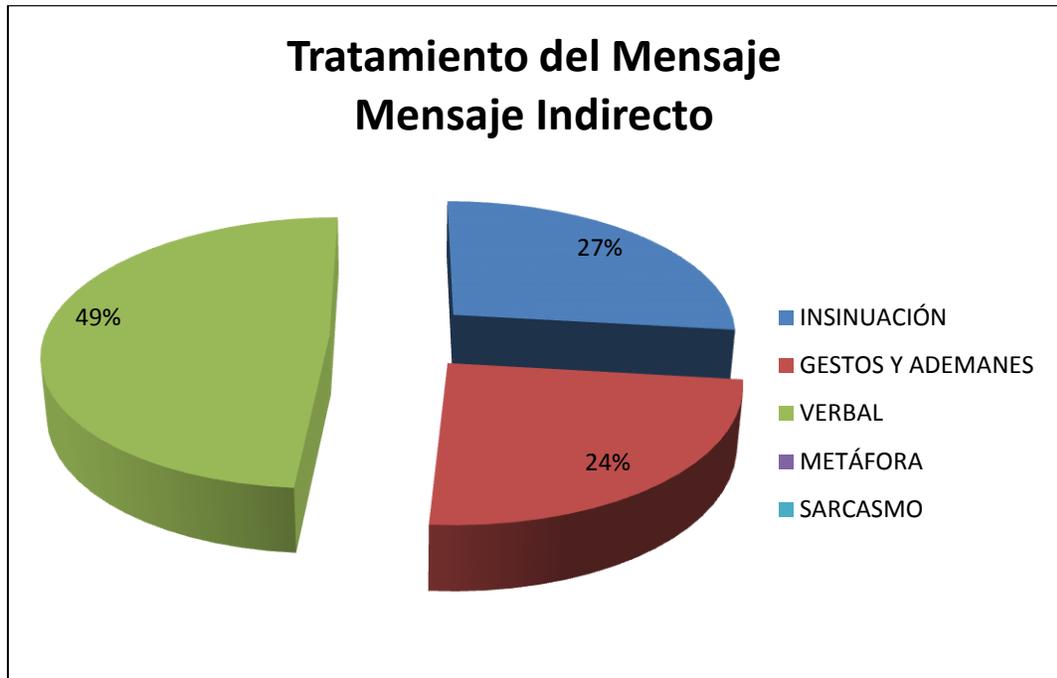
El programa Caja de Sorpresas le hace un mayor tratamiento a los acontecimientos por medio de la entrevista. En segunda medida, se encuentra el reportaje, siendo éste género periodístico que el programa utiliza para contar las historias que cubren los niños, pues en ocasiones ellos son reporteros.

Figura 4. Canal Teleantioquia. Mensaje Directo



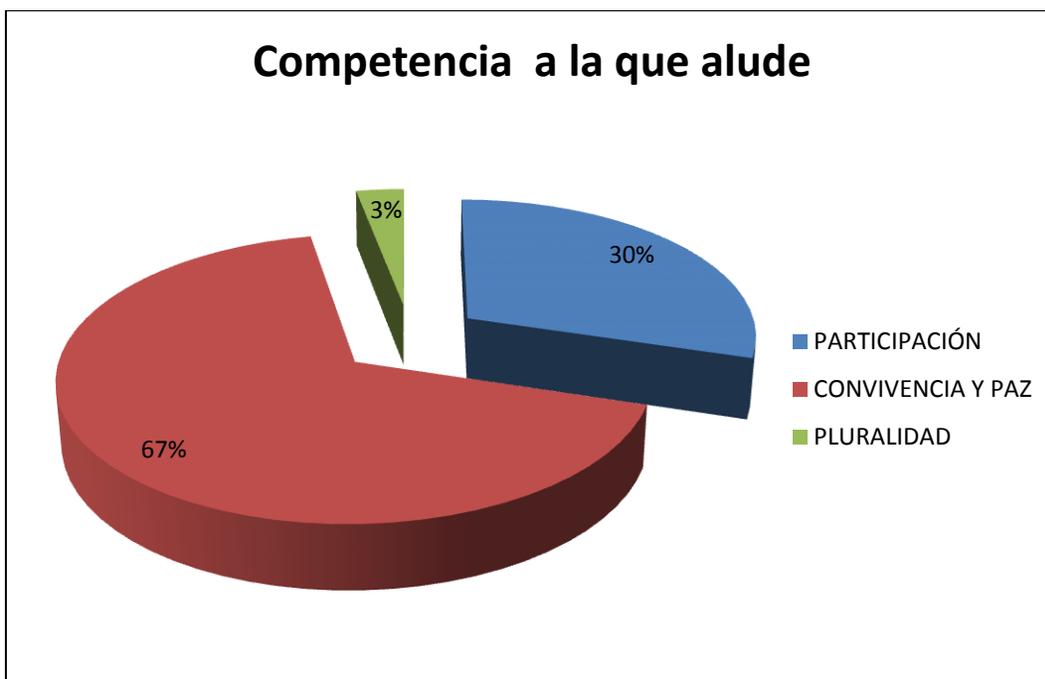
El tratamiento del mensaje en relación con las competencias ciudadanas es en su gran mayoría evidente, en tanto el programa promueve actitudes de preservación y cuidado del medio ambiente, la cultura y las tradiciones. Un ejemplo de ello está reflejado en la sección Yo Cuido el Ambiente.

Figura 5. Canal Teleantioquia. Mensaje Indirecto



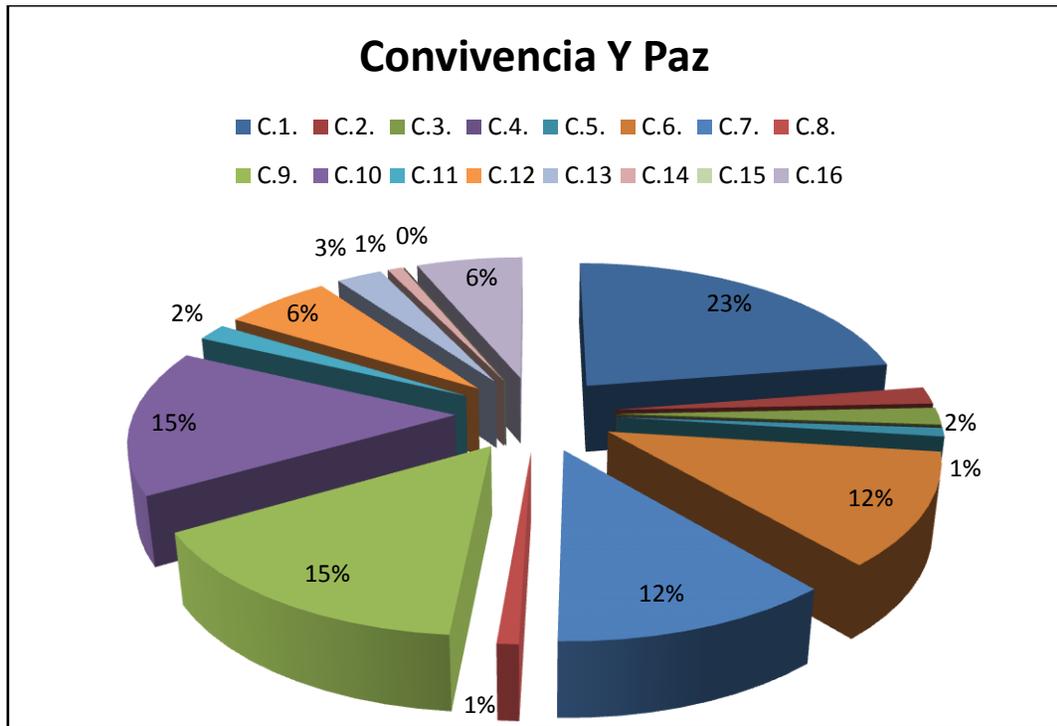
El tratamiento del mensaje indirecto se emite de manera verbal, utilizando en algunas ocasiones analogías que no son percibidas como competencias en el instante. Seguido a esto encontramos que de manera indirecta, la insinuación es utilizada para dar un mensaje en relación con las competencias ciudadanas.

Figura 6. Canal Teleantioquia. Competencia a la que alude



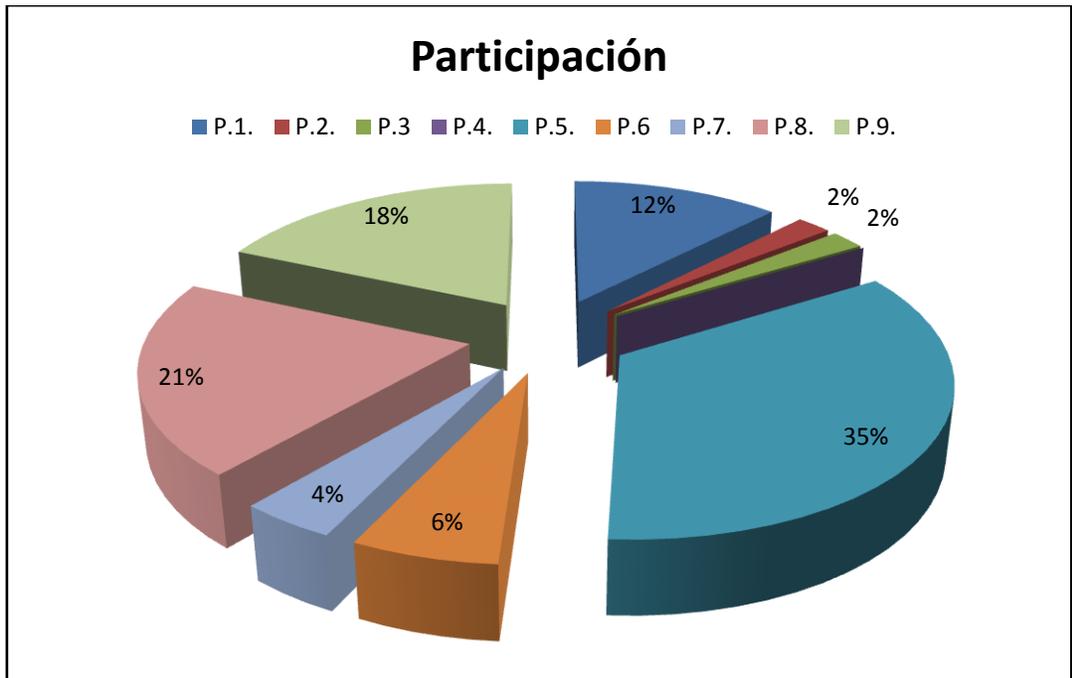
Las competencias de convivencia y paz son las que predominan en los mensajes que emite el programa Caja de Sorpresas. Esto se evidencia en la intención de preservar el entorno, manejo de buenos modales y acciones al interior de la sociedad, el cual todo niño debería aplicar. A su vez es fortalecido con las competencias en relación a la participación al interior del núcleo social.

Figura 7. Canal Teleantioquia. Convivencia y Paz



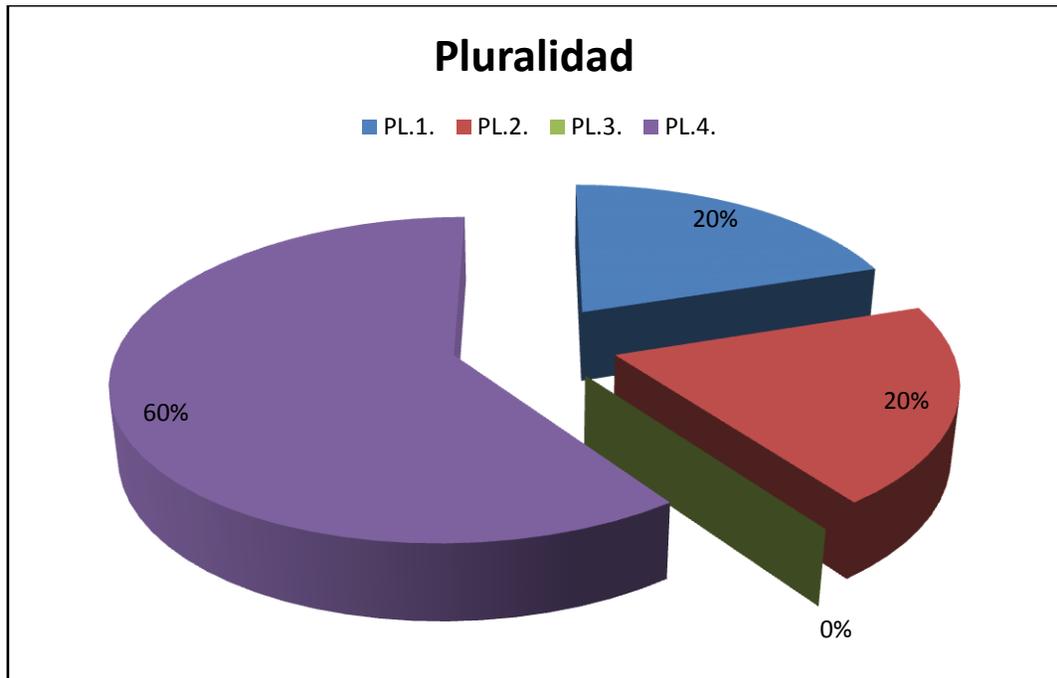
Manifiestar interés y preocupación (C.1) por los demás es la competencia de convivencia y paz que más resalta el programa Caja de Sorpresas en cada una de las emisiones analizadas. También se hace evidente el interés por generar valor (C.9) y hábitos saludables a sí mismo y hacia los demás (C.10).

Figura 8. Canal Teleantioquia. Participación



Las competencias en relación con la participación hacen énfasis en reconocer la libertad de expresión del niño y de los demás (P.5). El programa también resalta el trabajo en equipo (P.8) ante situaciones adversas que se puedan presentar. Ejemplo de ello son las diferentes entrevistas realizadas en la sección Derechos y Deberes.

Figura 9. Canal Teleantioquia. Pluralidad

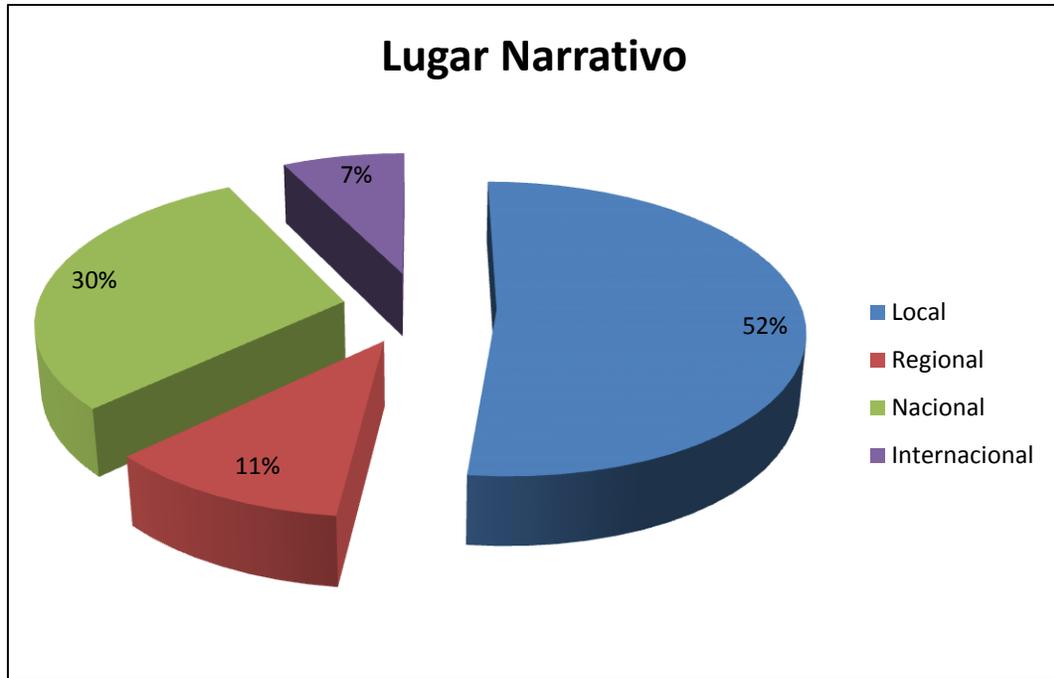


En los mensajes emitidos por el programa Caja de Sorpresas y en relación con la pluralidad encontramos una gran presencia de la competencia que promueve el respeto de las personas, en especial al adulto mayor y las que tienen limitaciones físicas. En segunda medida y con igual porcentaje se promueve el rechazo hacia la exclusión y la discriminación de cualquier núcleo social.

CANAL TRO

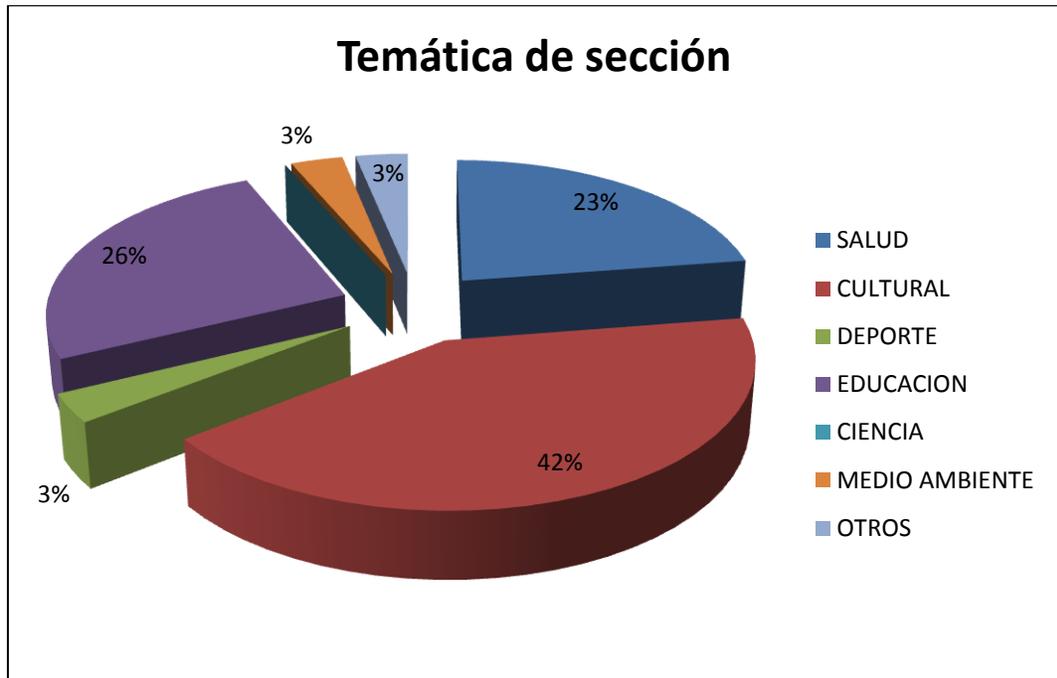
Programa Jugando a la Tv

Figura 10. Canal TRO. Lugar Narrativo



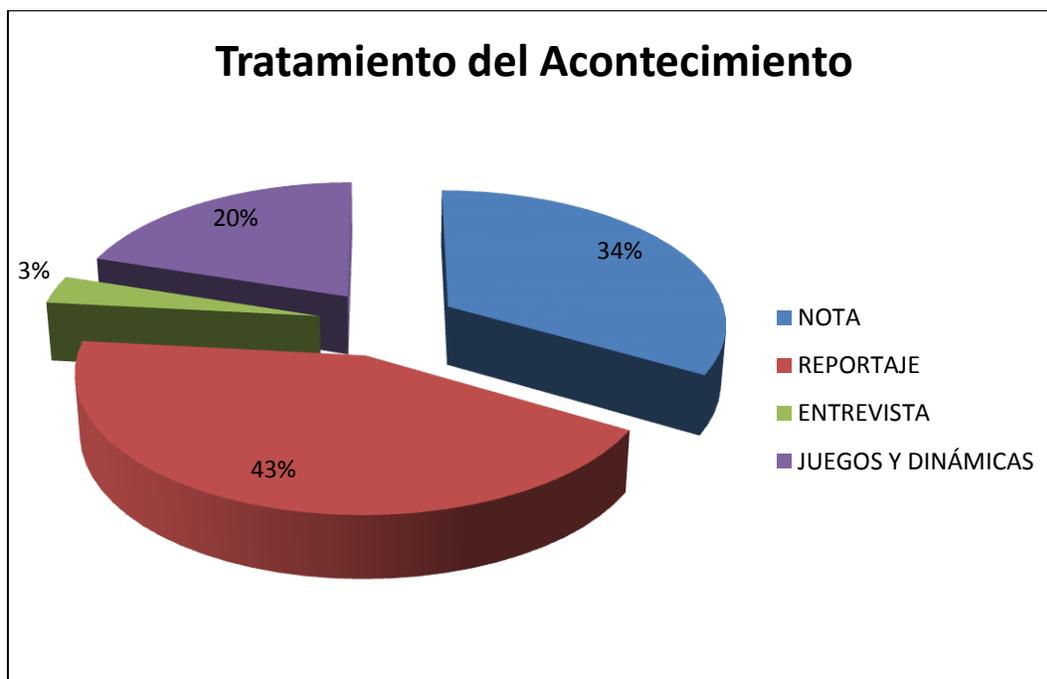
El lugar narrativo por preferencia para el programa es lo local puesto que la mayoría de las secciones son realizadas en estudio, en el centro de la ciudad o centros comerciales de Bucaramanga. En segunda medida encontramos el ámbito nacional, esto debido a temáticas manejadas al interior del país, tales como enfermedades, fiestas, días emblemáticos, etc.

Figura 11. Canal TRO. Temática de Sección



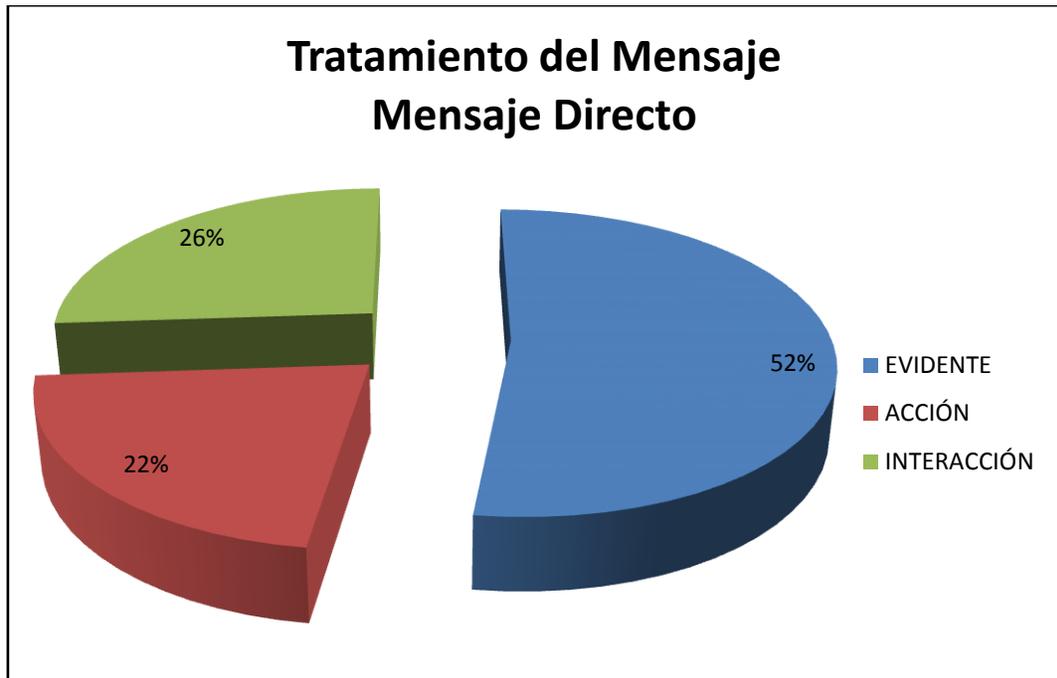
El programa Jugando a la T.V en su temática de sección está enfocado a resaltar la cultura santandereana. Por esta razón se evidencia en gran mayoría de los resultados que su apuesta es cultural, donde prevalecen las tradiciones y las costumbres del gran Santander. En segunda medida, el programa resalta la educación como pilar importante en las competencias ciudadanas.

Figura 12. Canal TRO. Tratamiento del Acontecimiento



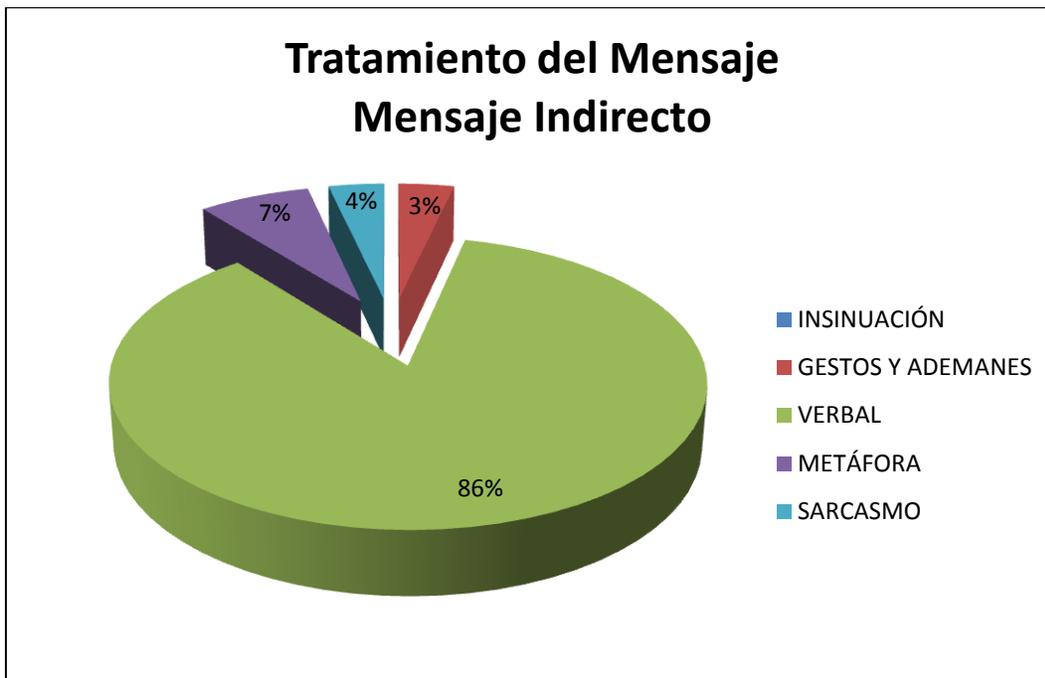
El reportaje es el género predominante en el programa, siendo éste género periodístico que el programa utiliza para contar las historias a través de los niños, pues en ocasiones ellos son reporteros. Seguido a este porcentaje encontramos la nota como género narrativo pues son acciones y consejos que no requieren mayor despliegue en el programa.

Figura 13. Canal TRO. Mensaje Directo



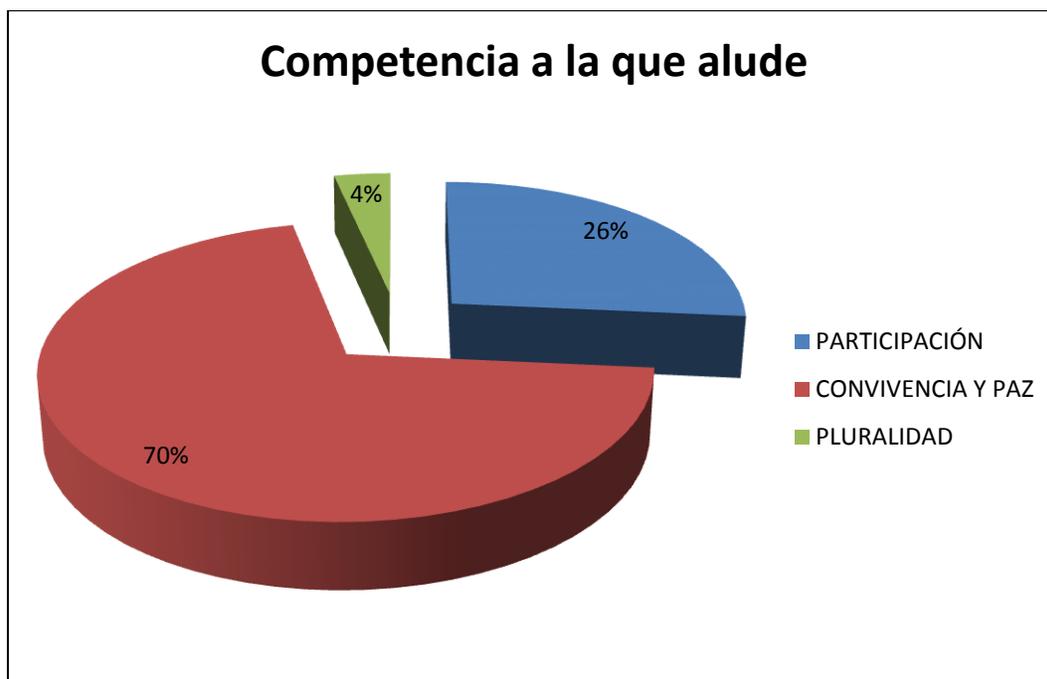
El tratamiento del mensaje en relación con las competencias ciudadanas es en su gran mayoría evidente, en tanto el programa promueve actitudes y valores alojados en la clasificación de cada una de las competencias. En esta medida los mensajes directos vienen seguidos de acciones e interacciones que contienen mensajes ejemplarizantes con las temáticas analizadas.

Figura 14. Canal TRO. Mensaje Indirecto



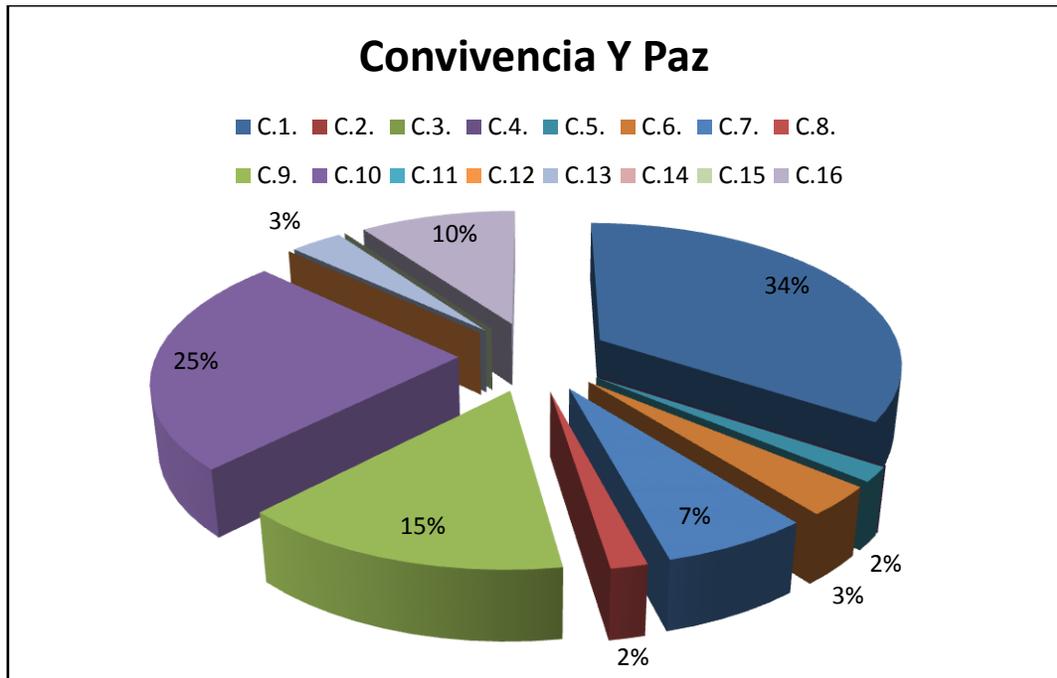
En concordancia con lo anteriormente nombrado, la clasificación de los mensajes indirectos se emiten de manera verbal en su gran mayoría, utilizando en algunas ocasiones analogías que no son percibidas como competencias en el instante.

Figura 15. Canal TRO. Competencia a la que alude



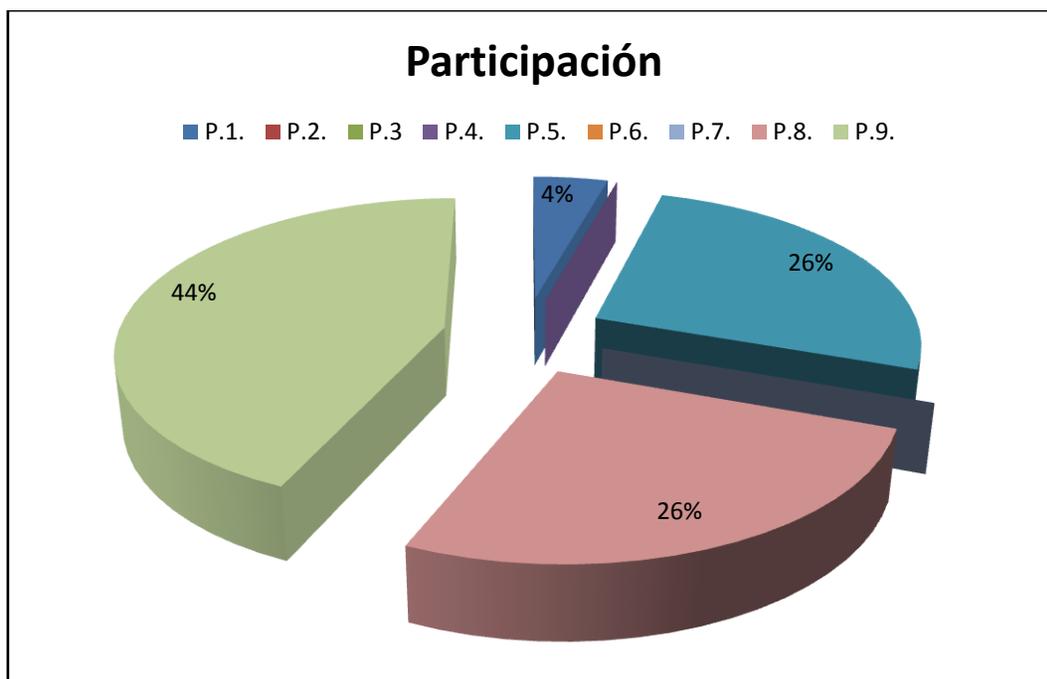
Las competencias de convivencia y paz son las que predominan en los mensajes que emite el programa Jugando a la T.V con un alto porcentaje. Esto se evidencia en la intención de preservar el entorno, manejo de buenos modales y acciones al interior de la sociedad, el cual todo niño debería aplicar.

Figura 16. Canal TRO. Convivencia y Paz



Manifiestar interés y preocupación (C.1) por los demás es la competencia de convivencia y paz que más resalta el programa Jugando a la T.V en cada una de las emisiones analizadas. También se hace evidente el interés por los hábitos saludables a sí mismo y hacia los demás (C.10) y la generación de valor como persona (C.9).

Figura 17. Canal TRO. Participación



Las competencias en relación con la participación hacen énfasis en la participación de proyectos que buscan el bien común (P.9) además de resaltar el trabajo en equipo (P.8) y el respeto por las libertades de expresión (P.5) ante situaciones adversas que se puedan presentar.

Figura 18. Canal TRO. Pluralidad

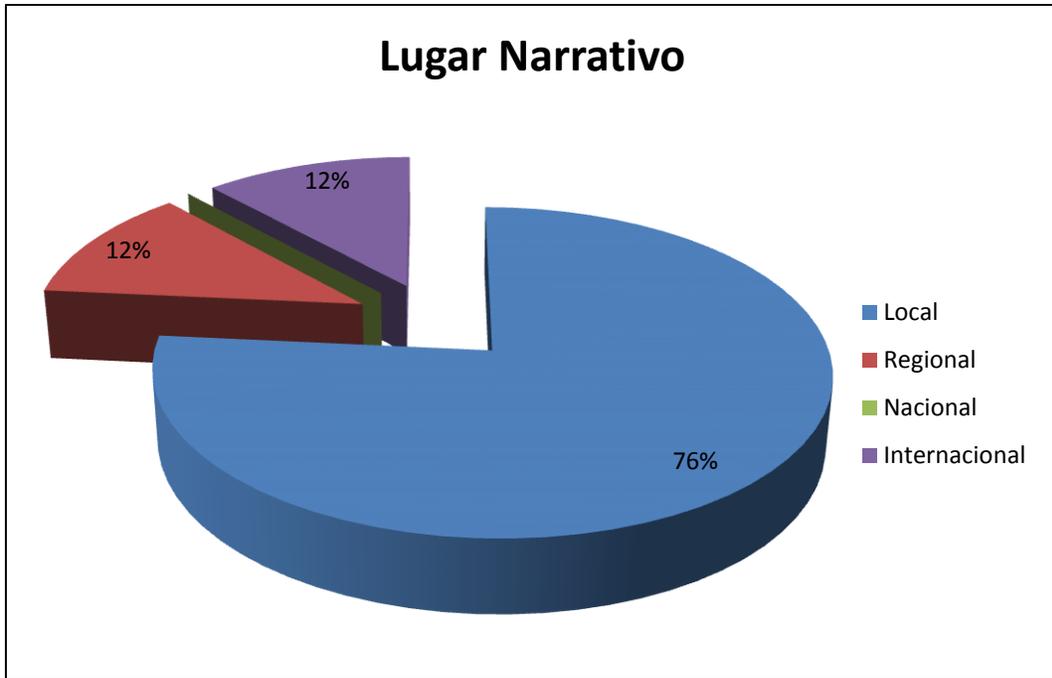


En los mensajes emitidos por el programa Jugando a la T.V y en relación con la pluralidad encontramos que en su totalidad se encuentra la competencia que promueve el respeto de las personas, en especial al adulto mayor y las que tienen limitaciones físicas.

CANAL RCN

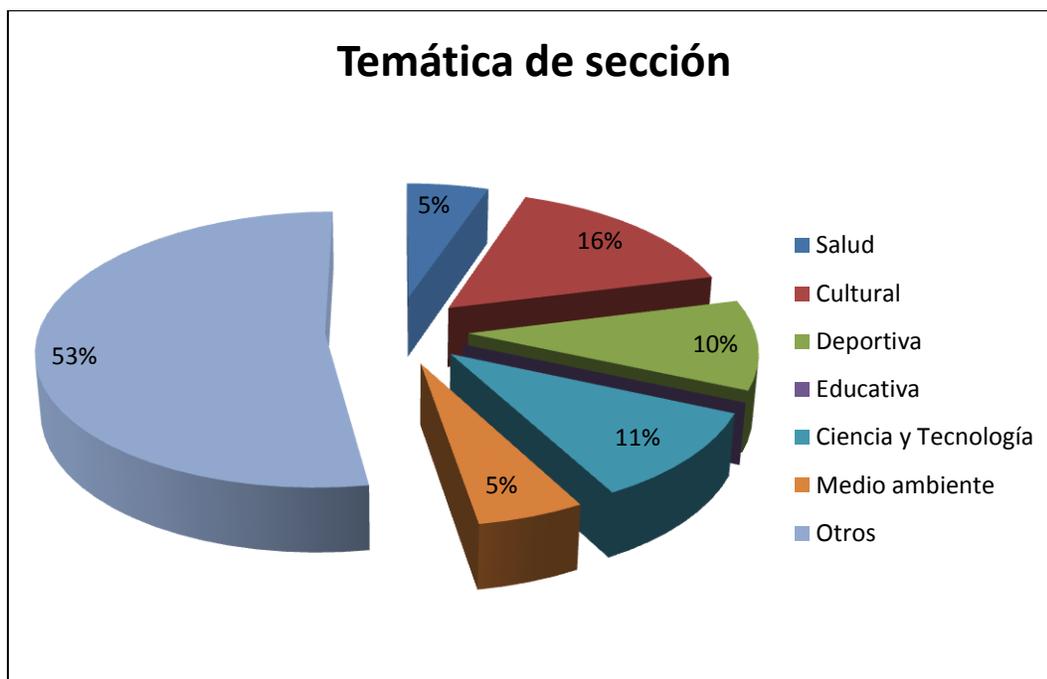
Programa Bichos

Figura 19. Canal RCN. Lugar Narrativo



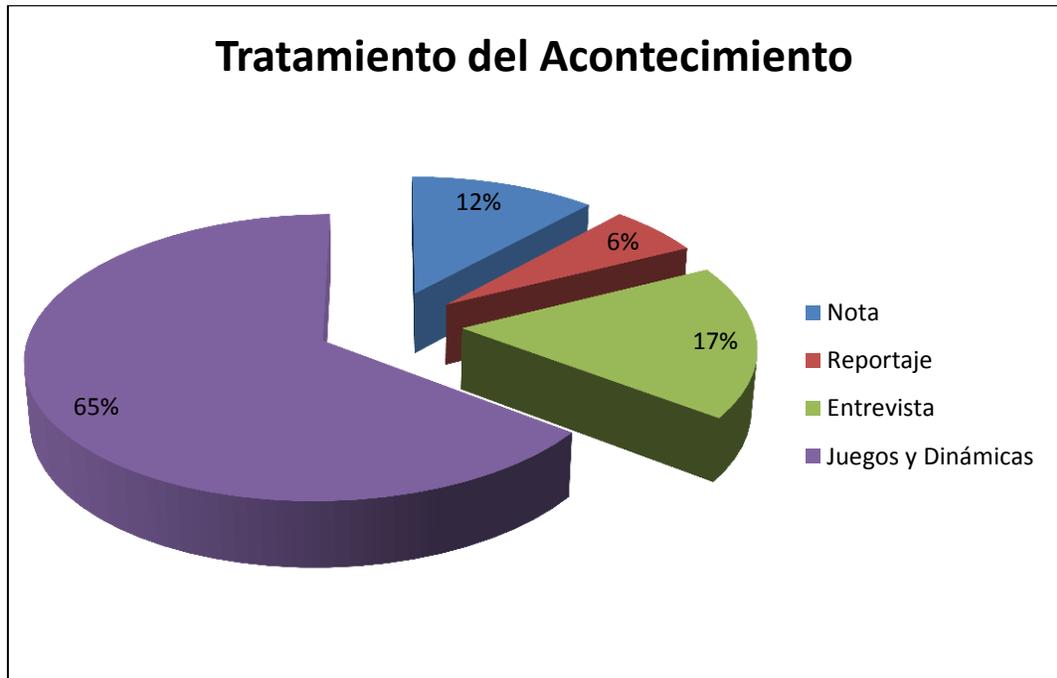
Lo local es el lugar de preferencia, esto tomando en cuenta los costos que implican una producción fuera del estudio de grabación. No obstante se observa un porcentaje bastante representativo en la producción internacional y a la par con el regional utilizando entrevistas, crónicas, etc.

Figura 20. Canal RCN. Temática de Sección



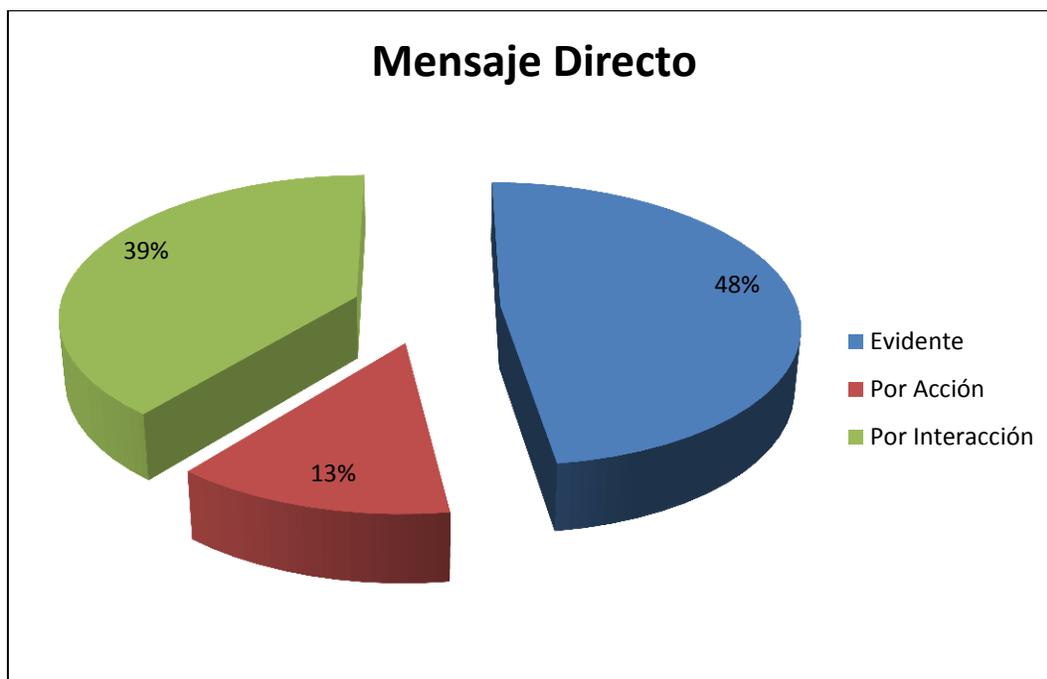
Podemos observar que las temáticas utilizadas en las diferentes emisiones, no corresponden en su mensaje a las categorías arriba mencionadas. Otras temáticas predomina en gran parte de la producción del canal. Esto se ve reflejado en temas alusivos a festividades y/o celebraciones como Halloween.

Figura 21. Canal RCN. Tratamiento del Acontecimiento



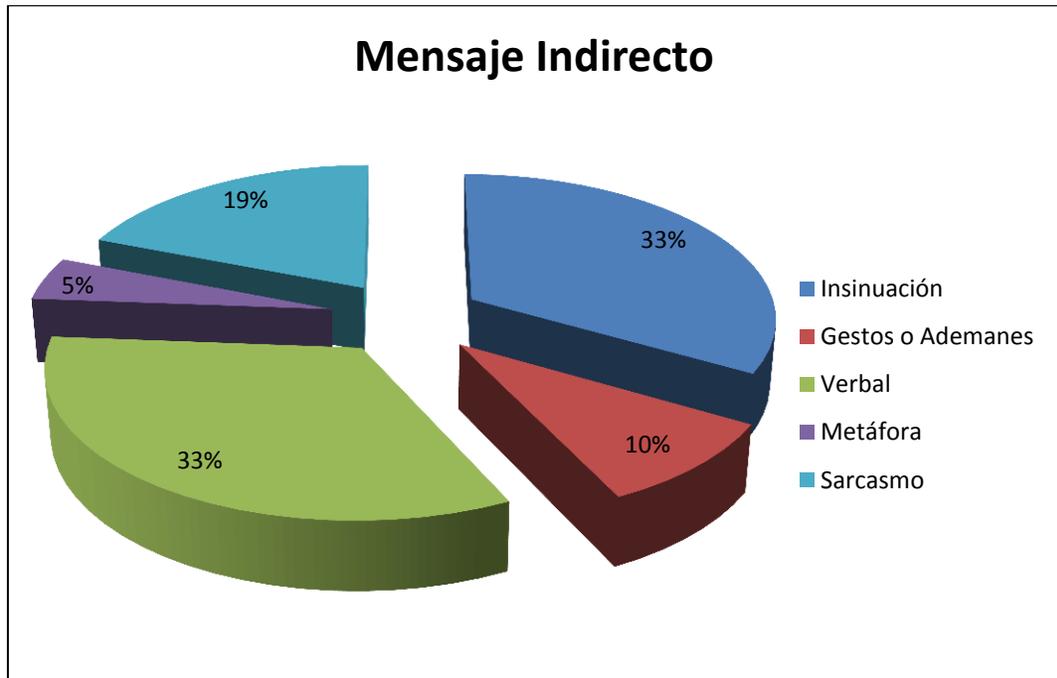
Como pudimos observar en el ítem de lugar narrativo y el uso del estudio como lugar de mayor producción de contenido. Se puede ver que allí utilizan los juegos y dinámicas para tratar los temas del día. También se evidencia el uso de los géneros narrativos como la entrevista y las notas esto reflejado en secciones como entrevista a las bandas en las secciones “desconectado” y “me le mido”.

Figura 22. Canal RCN. Mensaje Directo



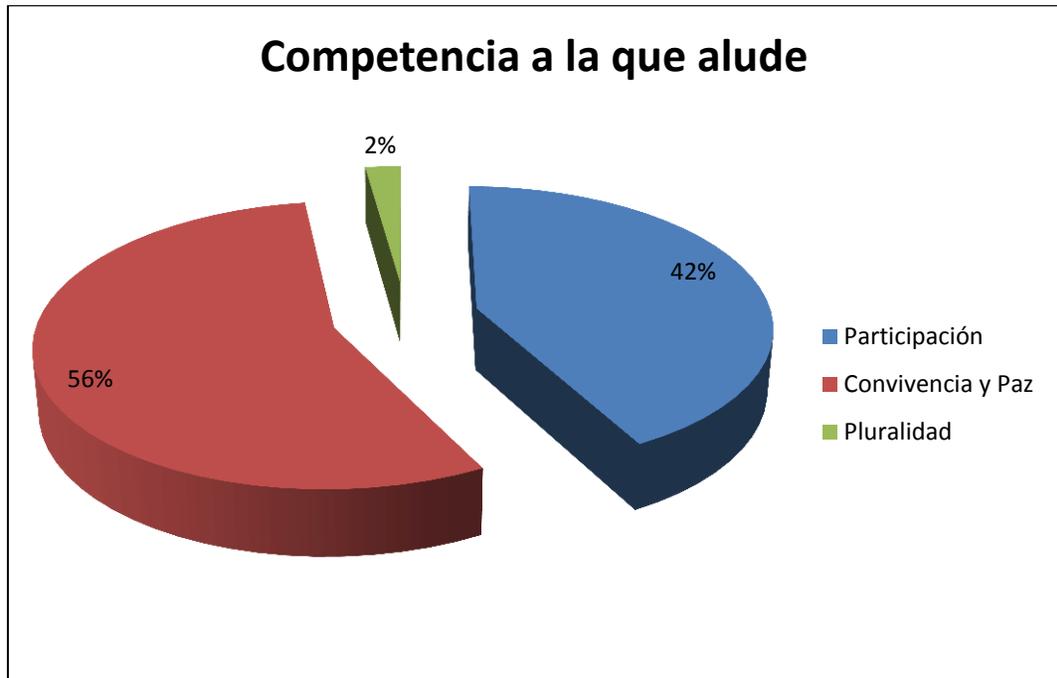
Con un 48% encontramos que el mensaje es evidente en su tratamiento, seguido por un considerable 38% por interacción. Se puede evidenciar que los juegos, las dinámicas seguidas de los elementos narrativos mostrados en la gráfica anterior dan explicación a esta tendencia.

Figura 23. Canal RCN. Mensaje Indirecto



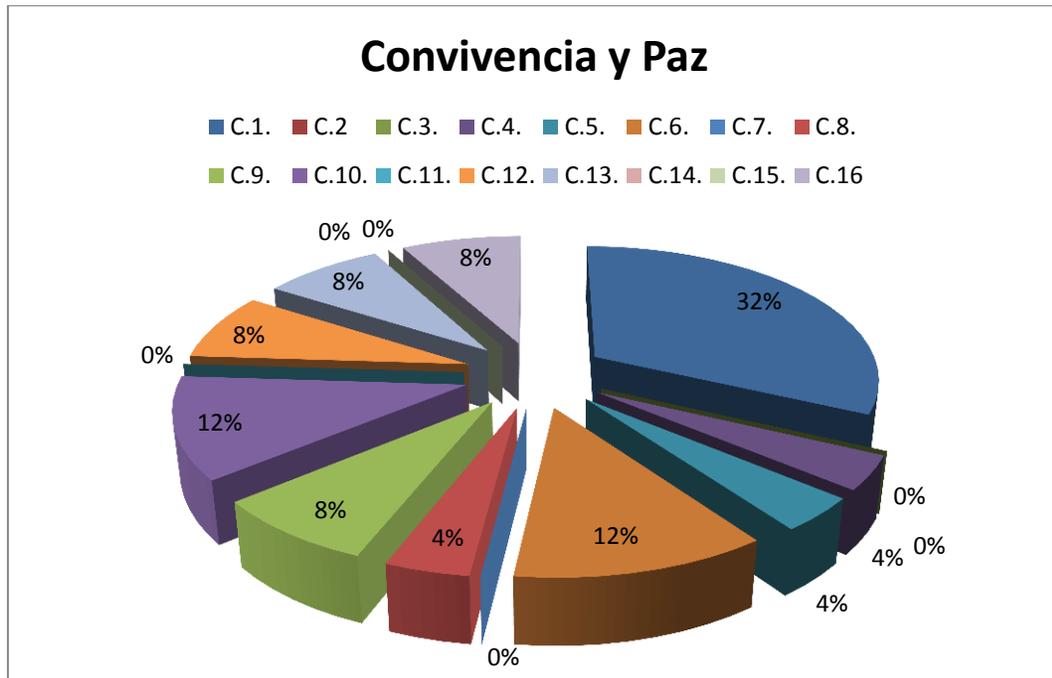
Al emitir el mensaje indirecto encontramos que lo verbal predomina junto con la insinuación con un. Esto valida la tendencia de dejar todo por sentado en la emisión de una idea o mensaje.

Figura 24. Canal RCN. Competencia a la que alude



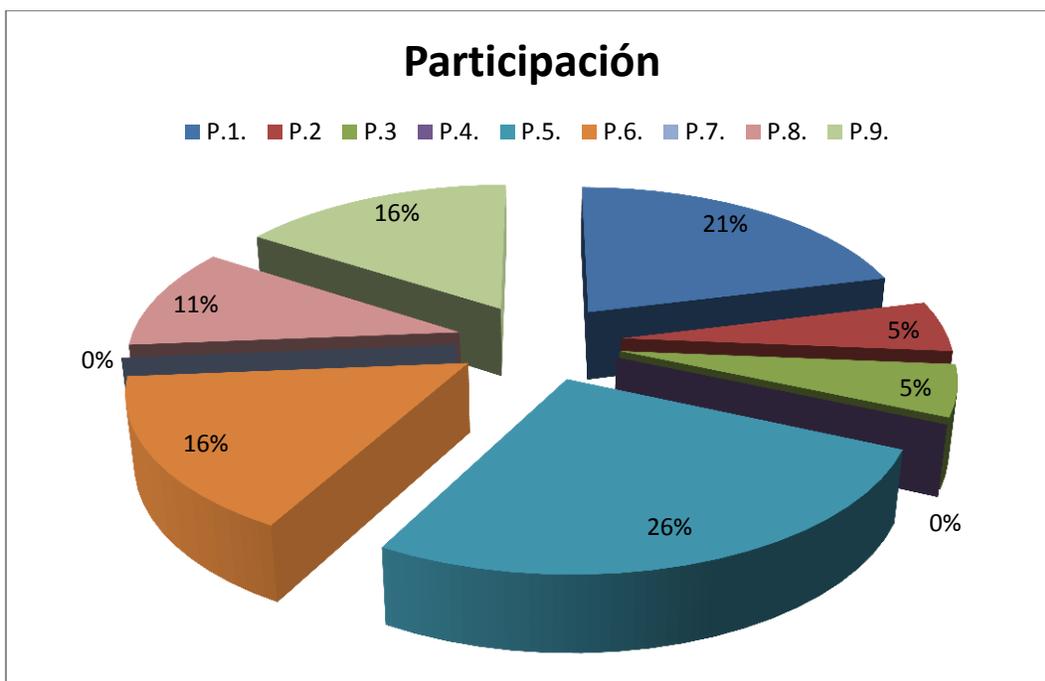
La competencia en relación con la Convivencia y la Paz predomina con más de la mitad del contenido analizado, seguida de la participación. Esto se evidencia en la intención de preservar el entorno, manejo de buenos modales y acciones al interior de la sociedad, el cual todo niño debería aplicar.

Figura 25. Canal RCN. Convivencia y Paz



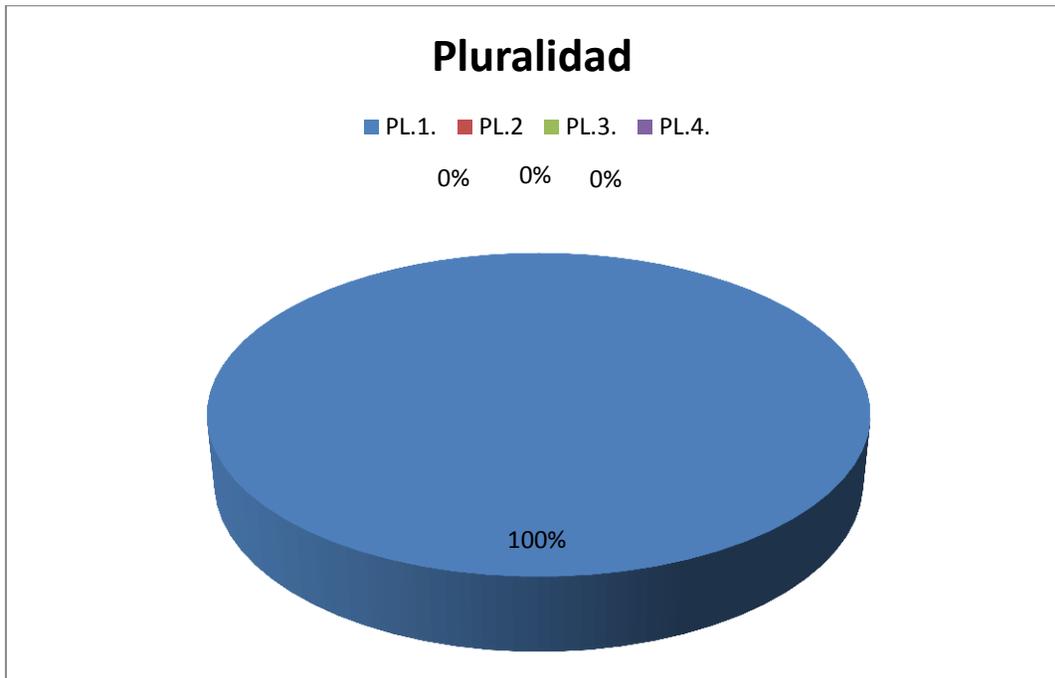
En las competencias ciudadanas en relación con la convivencia y la paz encontramos la importancia a la preocupación e interés por los demás (C.1) acompañado de los hábitos saludables consigo y su entorno (C.10) y a diferencia del Canal Caracol, RCN apuesta al reconocimiento de las normas que permitan una convivencia al interior de la sociedad (C.6).

Figura 26. Canal RCN. Participación



En los mensajes correspondientes para la competencia de participación encontramos que el canal le apuesta a la resolución de metas comunes (P.9) mediante el trabajo en equipo (P.1). Sin embargo encontramos un marcado interés en el mensaje en relación a la libertad de expresión y la de los demás (P.5) reflejando que con la participación se logra también con libertades al interior de la sociedad.

Figura 27. Canal RCN. Pluralidad

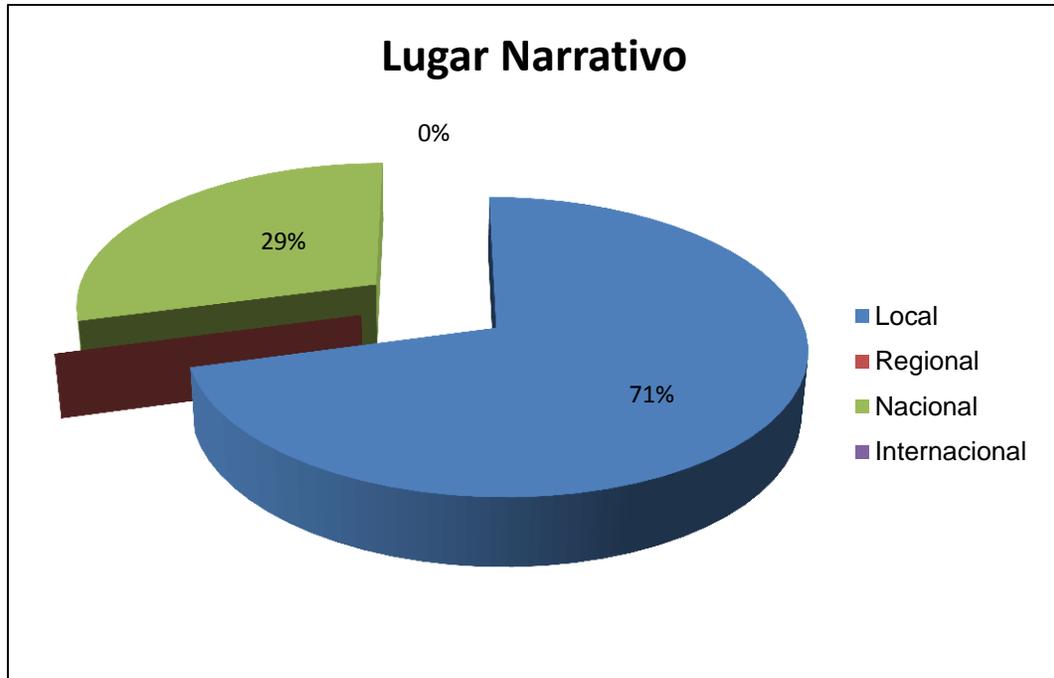


En relación con la competencia ciudadana de pluralidad, aunque el resultado no sea totalmente representativo, la exclusión mediante la burla u ofensa se hace evidente. Esto puede demostrarse al observar las acciones o interacciones entre los presentadores y participantes en los diferentes juegos o actividades. Allí el perdedor no es sinónimo de burla, al contrario es premiado y exaltada su participación y esfuerzo.

CANAL CARACOL

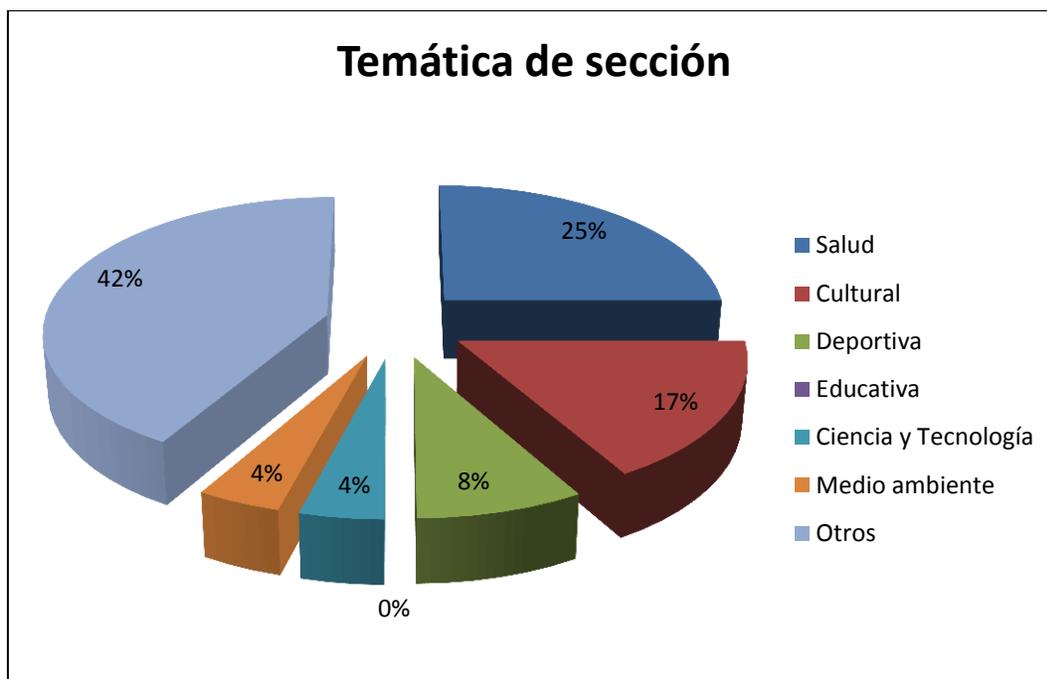
Programas Club 10 y Play Zone

Figura 28. Canal Caracol. Lugar Narrativo



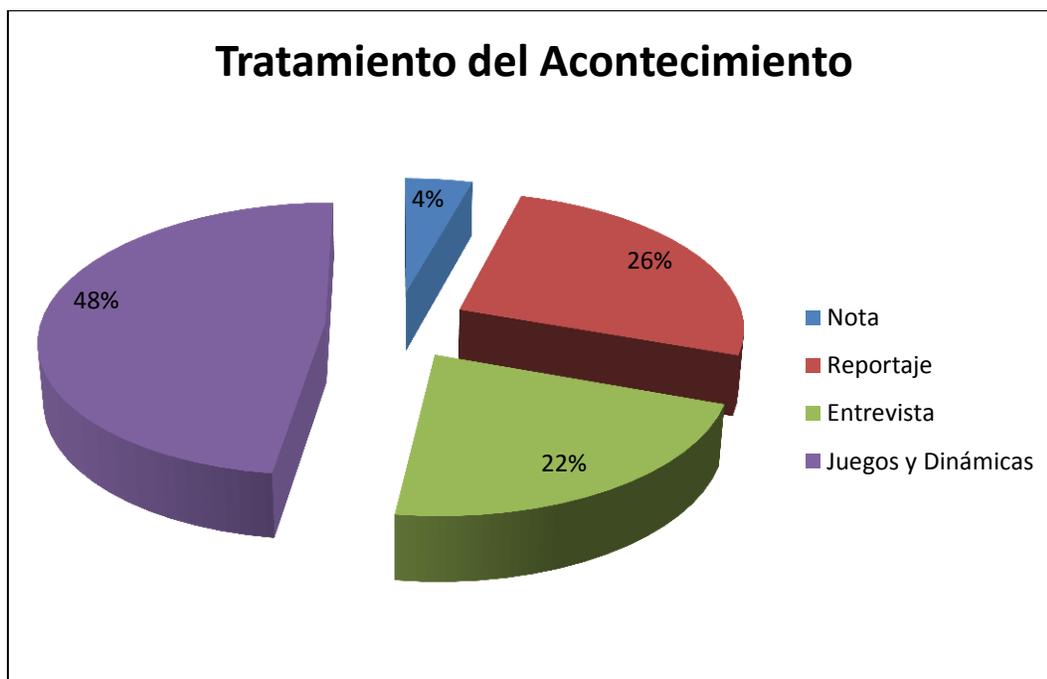
Se puede observar una apuesta bien definida hacia la producción de los programas infantiles del canal Caracol en el estudio de televisión con un 71%. A diferencia de RCN este canal le apuesta a la producción nacional.

Figura 29. Canal Caracol. Temática de Sección



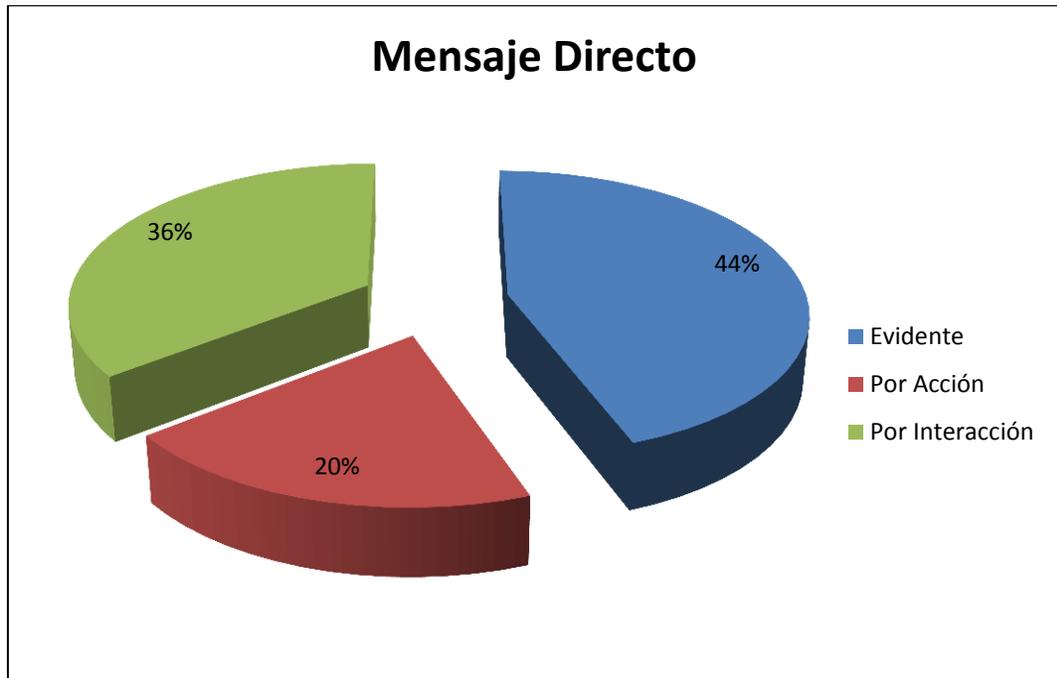
En la emisión de mensajes no se identifican claramente las temáticas tratadas, utilizan “otros” temas. Seguido de la tendencia por mensajes alusivos a la salud con una tercera parte de la totalidad. Aquí se puede percibir una no muy clara tendencia en temas arriba mencionados que ubiquen al programa en una tendencia de competencias ciudadanas claramente definida.

Figura 30. Canal Caracol. Tratamiento del Acontecimiento



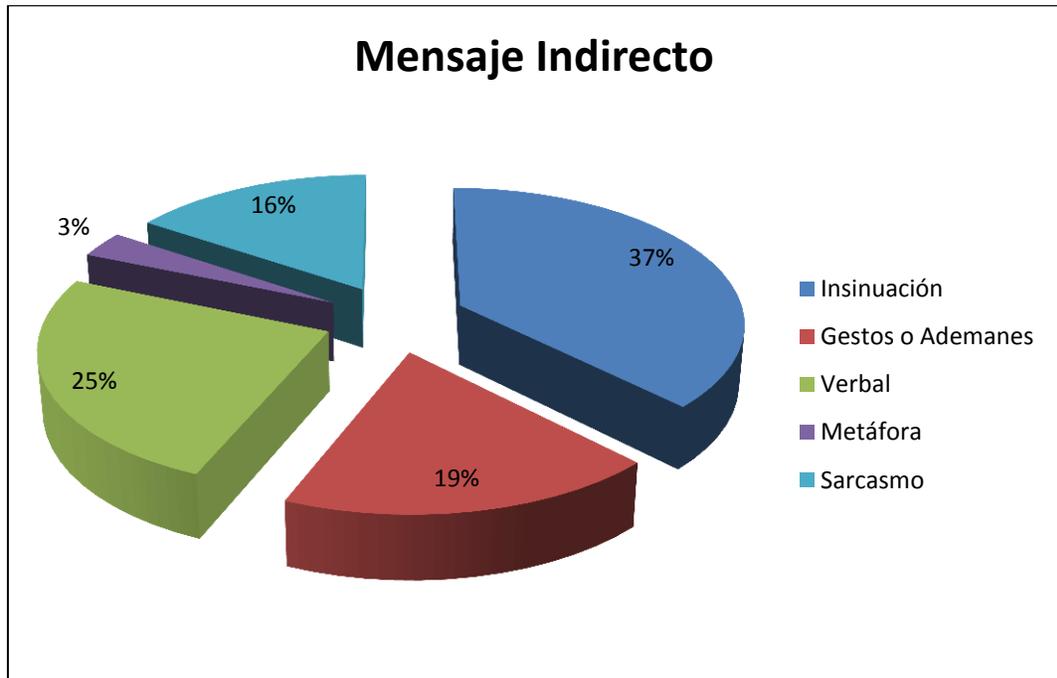
Al igual que el canal RCN, el canal Caracol utiliza los juegos y dinámicas como parte esencial de tratamiento del acontecimiento utilizando los personajes “peluches” como protagonistas de las diferentes situaciones. De igual manera los formatos narrativos tienen una alta representación en las diferentes secciones del programa.

Figura 31. Canal Caracol. Mensaje Directo



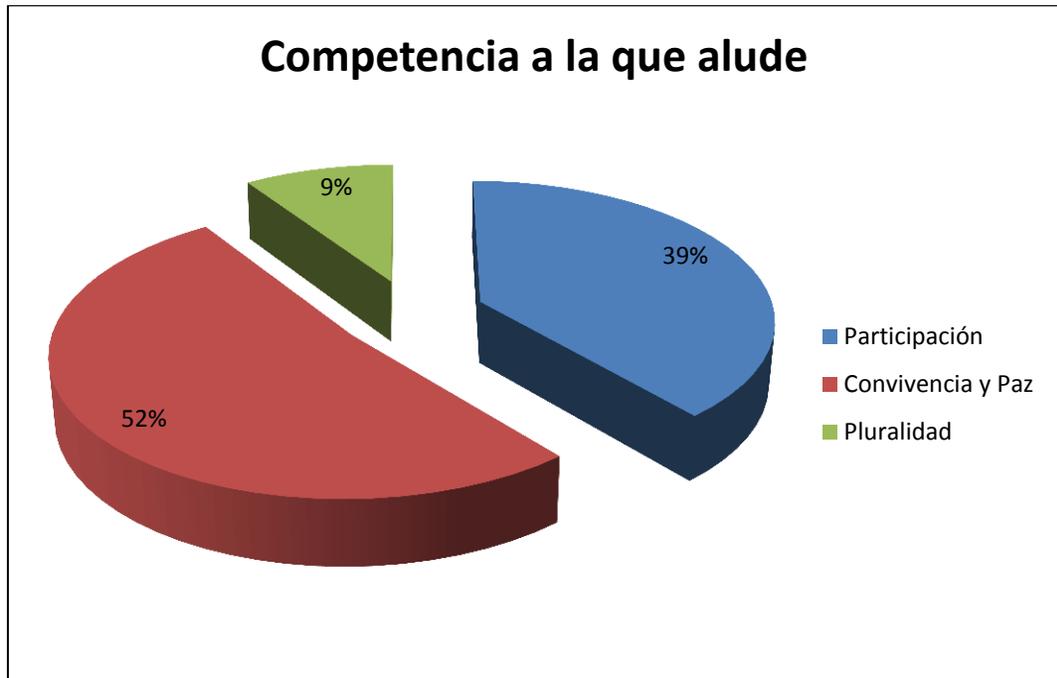
En la emisión del mensaje directo no se encuentran grandes diferencias en las categorías. Sin embargo el mensaje directo y evidente predomina, seguido de cerca por el mensaje por interacción.

Figura 32. Canal Caracol. Mensaje Indirecto



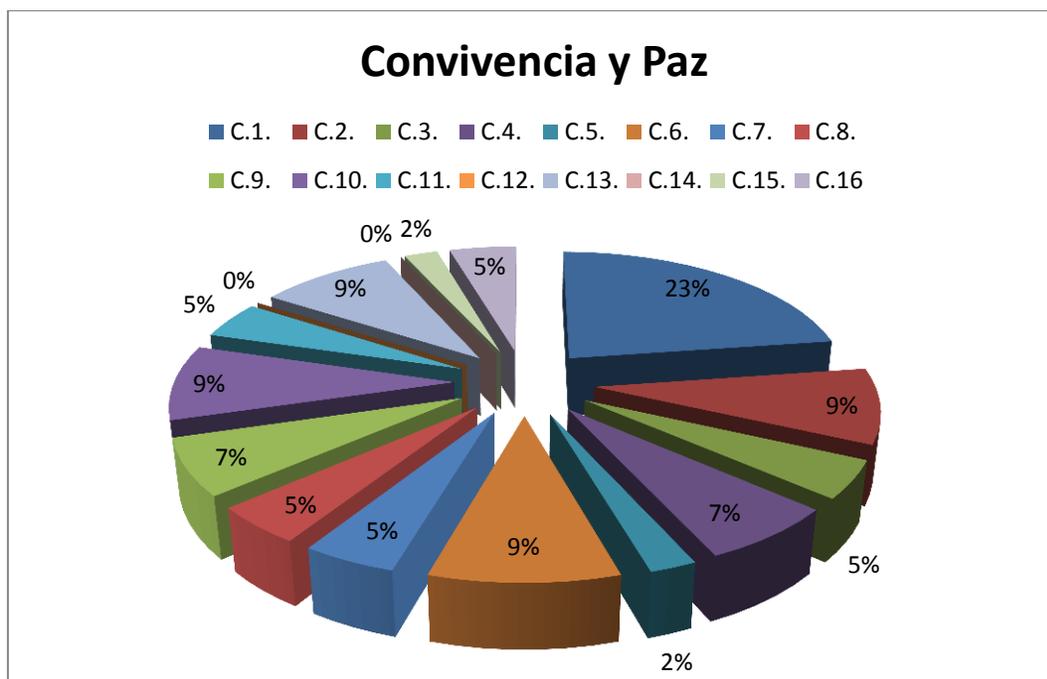
A diferencia del canal nacional RCN, aquí predomina la insinuación como mensaje indirecto seguido del mensaje indirecto verbal. De igual modo ambos canales le apuestan a la propuesta de mensajes que den por sentido su significación.

Figura 33. Canal Caracol. Competencia a la que alude



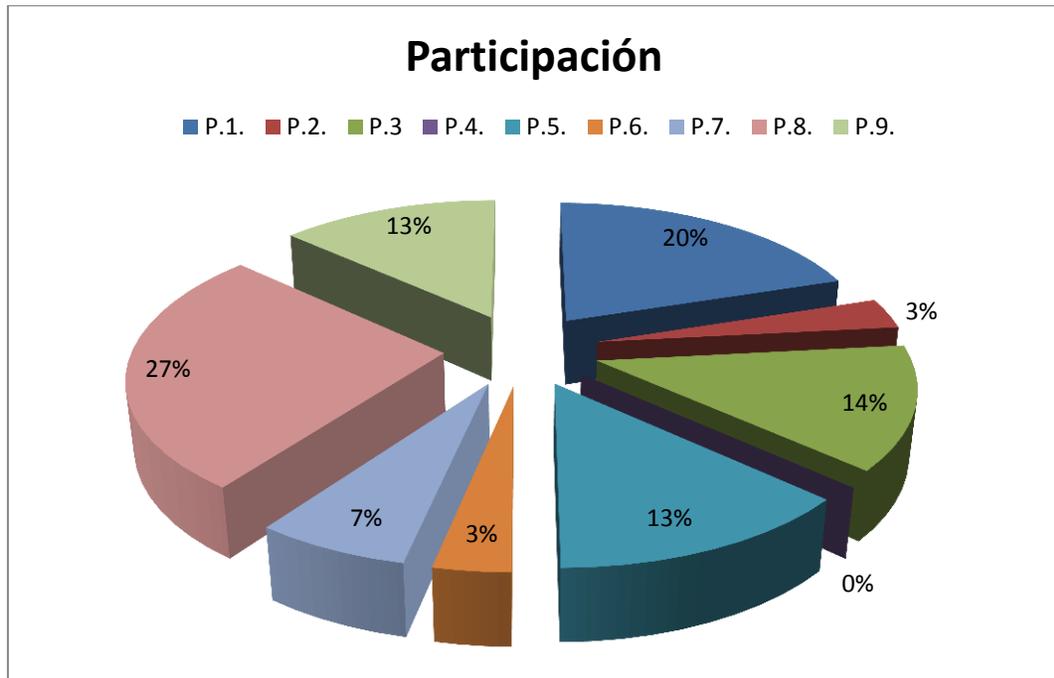
Con un 52% se tiene como resultado que la competencia a la que más alude el canal es a los mensajes relacionados con la Convivencia y la Paz. Seguido de la participación con 39% y con un 9% aparece la Pluralidad que no es suficientemente representativo.

Figura 34. Canal Caracol. Convivencia Y Paz



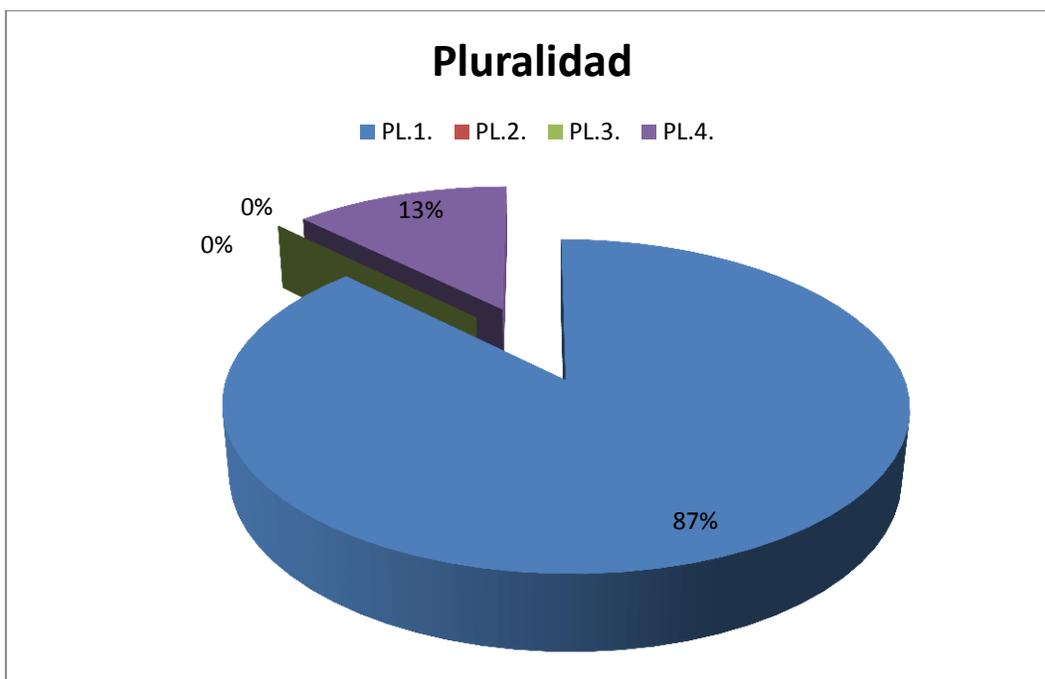
En los mensajes emitidos en relación con la competencia de convivencia y paz encontramos una concordancia con la competencia de participación puesto que el niño va acompañado de un mensaje que le recuerda el interés y preocupación por los demás (C.1) y a su vez es reforzado con el brindar apoyo a las personas en situaciones difíciles (C.13) y el expresar hábitos saludables consigo mismo y su entorno (C.10).

Figura 35. Canal Caracol. Participación



En los mensajes emitidos en relación con la competencia de participación encontramos un marcado interés en el trabajo en equipo (P.8) y la colaboración para el logro de metas comunes (P.1). Esto se ve reflejado en las dinámicas, situaciones específicas o juegos en los cuales el niño debe acudir al otro para lograr cumplir con los objetivos.

Figura 36. Canal Caracol. Pluralidad



En los mensajes correspondientes a la promoción de la pluralidad en niños y niñas encontramos que se les inculca el rechazo a la exclusión mediante burlas y ofensas (PL.1) y reforzando el respeto y cuidado a los niños y adultos mayores con limitaciones físicas (PL.4). Esto reafirma los tres niveles de competencias al ir íntimamente ligados en su cometido del respeto, la convivencia y la paz al momento de la participación en el entorno social.

6. CONCLUSIONES

Para iniciar, podemos señalar que en la programación de la franja infantil en los canales privados nacionales como CARACOL y RCN, y los canales regionales como TRO Y TELEANTIOQUIA, responden de cierta manera a la promoción de competencias ciudadanas aunque no siempre de manera directa, pero visibilizando a través de los presentadores y los personajes ficticiales - como los peluches Aurelio, Dinodoro y Mery Moon en el canal CARACOL, y los bichos en el canal RCN - actitudes y valores dirigidos a los televidentes, recurriendo a la lúdica y la participación.

De acuerdo a lo anterior, se niega la hipótesis planteada de la difusión de mensajes cuyo contenido se concentra en anti valores ciudadanos y que son promovidos por los canales analizados. La presencia de competencias ciudadanas en la programación considerada busca generar valores y actitudes positivas en la audiencia infantil, promoviendo la competencia de manera lúdica por medio de juegos y desafíos constituidos como retos para lograr la participación de los niños durante cada programa.

En segunda medida, se logró identificar y reconocer aspectos sociales y culturales pertenecientes a cada una de las regiones, como es el caso de los canales TRO y TELEANTIOQUIA, y una propuesta nacional en los canales RCN Y CARACOL, que transmiten una identidad propia sin promover en gran medida culturas extranjeras.

Los canales regionales tienen una marcada tendencia a la promoción de la cultura. Esto puede resumirse en una apuesta por la identidad regional y las características representativas de su gente. Un ejemplo es la labor que realiza el

canal TELEANTIOQUIA al reflejar sus lugares emblemáticos como el Parque Explora, el Pueblito Paisa, o modelos de transporte únicos en el país como el Metro de Medellín y su conocida Cultura Metro. En el caso del canal TRO, resaltan las potencialidades de la industria santandereana, por ejemplo, la producción del huevo en la Incubadora de Santander.

Por su parte los canales nacionales carecen de temáticas como educación y cultura u otros ítems analizados. Estos se encuentran inmersos en la opción de otras temáticas, lo que quiere decir que la apuesta de estos canales está marcada por tendencias comerciales actuales. Ejemplo de ello es la promoción del canal RCN y el canal CARACOL hacia celebraciones como el Halloween, sinopsis de películas taquilleras, productos infantiles, promoción de conciertos y noticias de moda.

Siendo los programas infantiles un espacio en el cual una de sus intenciones es la educación para los niños y niñas, esta temática no es la más relevante en los cuatro canales analizados.

También se identificó que los canales regionales acuden en gran medida a la utilización de la entrevista, la nota y el reportaje siendo formatos que le dan mayor fuerza e importancia al mensaje de competencias por su figura narrativa. Por el contrario, los canales nacionales utilizan el juego y la dinámica, figuras que no son narrativas y que se prestan a la emisión de un mensaje de competencias ciudadanas con menor grado de importancia por la distracción y la dispersión mediante la diversión en dichas actividades.

Otro de los factores encontrados en la investigación, fue una representativa presencia de niños en los programas infantiles regionales, que cumplen roles de reporteros, desplazando la figura del presentador permanente en las emisiones del programa. Esto se evidencia en el programa del canal, Jugando a la TV, y su

sección Reporteritos, o en el canal TELEANTIOQUIA, en la mayoría de sus secciones.

Dentro de los hallazgos, se descubrió que los cuatro canales, utilizan una manera sencilla, clara y de recepción instantánea a la hora de emitir mensajes de competencias ciudadanas. Por ende, estas características describen a los mensajes como directos y evidentes para los receptores, por ejemplo, el canal TELEANTIOQUIA le apuesta a la emisión directa de dichos mensajes, utilizando las acciones, unas entre sus presentadores y otras entre el programa y el público, permitiendo que los niños interpreten el mensaje de una manera más práctica y simbólica.

Cuando el mensaje no se hace evidente o no es claro a simple vista, el mensaje es emitido de forma indirecta, unas veces de manera verbal, como lo hacen los canales TELEANTIOQUIA, RCN y TRO. El resultado es una lección o un llamado a la reflexión sin involucrar directamente a los receptores, es decir situaciones entre los presentadores o personajes conductores de los programas.

La gran apuesta que hacen los cuatro canales analizados, en definitiva, es la promoción de la competencia ciudadana convivencia y paz, reflejando en sus mensajes la consideración de las personas, con errores y virtudes, característicos de los seres humanos. Son numerosas las acciones y situaciones en las cuales los niños se veían enfrentados a la resolución de conflictos sin usar la violencia y por el contrario acudían a herramientas democráticas para lograr una solución orientada en su mayoría hacía el respeto por los demás, cabe resaltar que la competencia dentro de esta clasificación, la competencia más frecuente fue la preocupación por los demás, afirmando lo anteriormente dicho.

El respeto por los derechos fundamentales de los individuos, así como los acuerdos, las normas, las leyes y la Constitución que rigen la vida en comunidad,

son representados en la competencia de Participación, la cual ocupa un lugar secundario en el interés de los canales analizados por su emisión en la programación infantil. Pero, esta competencia reforzó ampliamente el concepto de la Convivencia y la paz en tanto las subcategorías de libertad de expresión y el interés por el trabajo en equipo, ayudando a que la sociedad viva en paz mediante la convivencia.

El concepto de Pluralidad, fue el menos representado con una mínima frecuencia – casi nula - dejando de lado conceptos como la identidad y la valoración de las diferencias, el reconocimiento y el disfrute de la enorme diversidad humana que refuerzan un sentido de respeto hacia la pluralidad en el entorno social en el cual un niño se desenvuelve. Nos obstante, entre esta minoría, se destaca la presencia de la competencia que alude a la exclusión y al rechazo mediante la burla y la ofensa. Esta competencia se evidenció durante el desarrollo de los juegos y las dinámicas realizados en los programas de los canales nacionales, motivando la participación y el trabajo en equipo, excluyendo la ofensa y rechazo por los errores en las dinámicas.

7. RECOMENDACIONES

- Fomentar la producción de programas infantiles que aborden de manera educativa cada una de las competencias ciudadanas contempladas en el documento del Ministerio de Educación Nacional en cada uno de los canales nacionales y regionales.
- Hacer mayor uso de las herramientas narrativas (visuales, sonoras, literarias) para la creación de contenidos educativos sobre competencias ciudadanas que sean atractivos para la audiencia infantil y ubicada en la parrilla de programación de manera adecuada.
- Generar contenidos cualificados con mensajes relacionados a la competencia de la pluralidad ya que ésta promueve el respeto y la tolerancia por el otro. Este es un aspecto importante para el desarrollo de la convivencia ciudadana.
- Impulsar desde la academia el desarrollo de investigaciones de las audiencias infantiles como punto de partida para introducir un lenguaje televisivo con contenidos reflexivos y didácticos, para promover las competencias ciudadanas por la televisión.
- Promover políticas televisivas en el ámbito regional que permitan la participación de las personas en la elaboración de parrillas de programación, en propuestas que redunden en una mejor televisión infantil.
- Implementar estrategias de contenido y formatos televisivos infantiles acorde con las necesidades de cada región, para así evitar caer en una televisión

generalista que no considera el factor de la educación por medio de las competencias ciudadanas.

- Se recomienda avanzar en el estudio de mensajes relacionados con competencias ciudadanas que promueven la televisión investigando a las audiencias no solamente desde el análisis del contenido sino desde sus interacciones cotidianas con la pantalla.
- Para la Academia se recomienda la inclusión de una asignatura en el pensum de la carrera Comunicación Social-Periodismo que relacione la creación de formatos y contenidos infantiles con el desarrollo de competencias ciudadanas para desarrollar habilidades en las competencias ciudadanas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTABLERO. MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL DE COLOMBIA. Competencias Ciudadanas. Habilidades para saber vivir en paz. Periódico en versión virtual No. 27. Febrero-Marzo de 2004.[En línea] <<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-87283.html>> [citado el 27 de Septiembre de 2011]

BARBERO, Jesús M. Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público. [En línea] <http://www.infoamerica.org/documentos_word/martin_barbero1.docsimilares.> [citado el 09 de Febrero de 2012]

BOHORQUEZ, Giovanni. y SANCHEZ, Fidel. Competencias Ciudadanas en la franja prime time de la televisión colombiana. Análisis de contenido de mensajes formales e informales. Proyecto auspiciado por la Asociación Colombiana de Universidades, ASCUN y la Comisión Nacional de Televisión, CNTV. 2010

CACERES, María D .Telerealidad y aprendizaje. En: Revista Icono 14. No.9 .Junio 2007. [En línea] <<http://www.icono14.net/revista/num9/articulos/14.pdf>> [citado el 02 de Febrero de 2012]

CALLE, Natalia. La programación infantil en la televisión colombiana. Televisión infantil. Voces de los niños y de la industria televisiva. Bogotá: Convenio Andrés Bello, Fundación Antonio Restrepo Barco. 1999

CASSETTI, Francesco. y Di Chio, Federico. Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999. P 235.

CERDA GUTIÉRREZ, Hugo. Los elementos de la investigación. Bogotá: El Búho, 2002, p. 46

CHAUX, Enrique. Formar para la ciudadanía ¡sí es posible! Ministerio de Educación Nacional. Bogotá. 2004

COLOMBIA. COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Acuerdo 17 de 1997. Diario oficial No 43.014 del 7 de abril de 1997.

COLOMBIA. COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Artículo 11 del Acuerdo 10 de 1997 por el cual se dictan normas para la operación de las cadenas comerciales de televisión en el nivel de cubrimiento nacional.

COLOMBIA.COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. 'Para ver TV historia', los programas infantiles en la TV colombiana. [En línea] <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/noticias/2008/octubre/20_10_08.htm> [citado el 04 de Agosto de 2011]

DOMÍNGUEZ BENÍTEZ, María J. Los niños y los medios de comunicación social. Bogotá: Canal Ramírez-Antares. 1985

FUENZALIDA FERNÁNDEZ, Valerio. "Cómo evaluar programas de televisión. Texto resumen de la exposición general del autor. El valor de la Audiencia. Dos experiencias para el debate". En: colección Televisión & Educación, No. 5. Bogotá: Comisión Nacional de Televisión, Embajada de Chile, Convenio Andrés Bello, Fundación Restrepo Barco, 1998, p 20

GALINDO GARCÍA, Juan A. La otra mirada a la tele. Espectadores y audiencias ante el consumo de la televisión.

[En línea] <<http://www.grupocomunicar.com/contenidos/pdf/la-otra-mirada-de-la-tele.pdf>> [citado el 23 de septiembre de 2011]

HERNÁNDEZ, Roberto. FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. Recolección de los datos. En: Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill, 1991, p. 412

HUMANES. María L. En: Informe: Universidad de Salamanca. [En línea] <http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/bib_ref/thompson.pdf> [citado el 02 de Febrero de 2012]

Informe para Colombia. En: Cuarta Cumbre Mundial de los Medios para Niños y Adolescentes. 2004. Rio de Janeiro. Brasil.

INSTITUTO COLOMBIANO DE BIENESTAR FAMILIAR. Plan Decenal de Infancia para Colombia (2004-2015). [En línea] <http://www.icbf.gov.co/Nuestros_programas/Documentos/plan-pais.PDF> [citado el 30 de Marzo de 2010]

MUÑOZ GONZÁLEZ, Germán. Niños, niñas, jóvenes y televisión. ¿Cómo armar el rompecabezas? Universidad Central para la Comisión Nacional de Televisión. Programa Investigaciones Académicas sobre Televisión. Bogotá 2007.

MUÑOZ, Sonia. Los estudios de recepción y consumo en Colombia. [En línea] <http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/73-06MartinTellez.pdf> [citado el 27 de Septiembre de 2011]

NIÑO DIEZ, Jaime. Niñez, juventud y televisión en Colombia. Una tarea aplazada. En: Documento de trabajo. Comisión Nacional de Televisión. 2004. [En línea] <<http://www.comminit.com/node/150519>> [citado el 03 de junio de 2007]

REY BELTRÁN, Germán. Historias de la televisión en América Latina. Barcelona: Gedisa. 2002 pp. 130

RINCÓN, Omar. Análisis los niños de la tele. Comisión Nacional de Televisión, Embajada de Chile, Convenio Andrés Bello, Fundación Restrepo Barco, 1998, p 16 – 17

RINCÓN, Omar. GÓMEZ, Miguel. y GALINDO, Teresa. Tendencias de la investigación sobre televisión infantil en Colombia. Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva. Bogotá: Convenio Andrés Bello-Fundación Antonio Restrepo Barco, pp. 16-17

ANEXOS

Ver documentos adjuntos