



UNIVERSIDAD DE LA SERENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PERIODISMO

**TELEVISIÓN Y NIÑOS: ANÁLISIS DEL CONSUMO TELEVISIVO DE
ESCOLARES DE LA CALETA SAN PEDRO DE LA SERENA**

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

Profesor Guía:

Carolina Alejandra Rodríguez Malebrán.

AUTORES:

EVA VERÓNICA ASTUDILLO RIVERA

VALENTINA PAOLA NÚÑEZ NÚÑEZ

DICIEMBRE, 2014
La Serena, Chile

© 2014, Eva Astudillo y Valentina Núñez.

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento.

HOJA DE CALIFICACIÓN

Autores	Calificación informe escrito (40%)	Calificación individual (60%)	Nota final
Eva Verónica Astudillo Rivera			
Valentina Paola Núñez Núñez			

Carolina Rodríguez Malebrán
Profesor Guía

Fabián Araya Palacios
Director de Departamento

FECHA DE PRESENTACIÓN:

UNIVERSIDAD DE LA SERENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PERIODISMO

DICIEMBRE 2014
La Serena, Chile

DEDICATORIAS

"Tú obtienes las cosas que piensas, tus pensamientos determinan tu experiencia", es una de las tantas frases que hice mía durante gran parte de mi etapa universitaria, donde en cada uno de mis momentos de reflexión me proponía cumplir de la mejor manera este gran paso a convertirme en Periodista, aún cuando no estaba segura si la carrera estaba hecha para mí. Es en este punto que quiero agradecer a todas las personas que siempre me hicieron saber de una u otra forma, que estaba en el lugar correcto.

Quiero partir por mi familia, que siempre han sido un gran apoyo en todos los sentidos y principalmente por ellos estoy donde estoy. Durante toda esta etapa perdí a personas, como mi abuelito, pero también aparecieron otras como mi sobrina Helena "Lanita" y mi hermana Pía, personas por las que daría mi vida y por las que cada día me esfuerzo para ser una mejor persona.

Agradezco también el curso en el que me tocó estar durante estos cinco años, que si bien no fui amiga de todos, nunca me llevé mal con nadie, por lo menos que yo recuerde. Gracias a todos por confiar en mí, ya sea con apuntes o cuando hacíamos trabajos, especialmente a Paloma, Andrea, Camila, Giuseppe, Javiera, Vanessa, Guiselle, mi prima, que me ha acompañado desde pre kínder. Quiero agradecer especialmente a Carolina, quien durante los últimos años se transformó en un apoyo importante para mí y me ayudó a crecer como persona, que es lo más importante, pero sobre todo, porque gracias a ella, ahora soy capaz de ver la vida de otra manera.

Por último, quiero agradecer a todos los profesores que tuve durante esta etapa, a Pedrito, Don Guille, Cristián y Laurita. Y por supuesto a mis amigas, Belén y Andrea, que aunque no nos vemos seguido, principalmente por los estudios, son mi segunda familia.

Valentina Núñez.

Llegar a este momento es complicado para mí, puesto que no soy de palabras ni sentimentalismo, pero llegó la hora de agradecer a todos quiénes han estado conmigo y primeramente quiero agradecer a mis padres, Verónica y Nobel, que han sido los mejores guías en mi vida, siendo la humildad y respeto el lema de mi crianza. Espero que estén satisfechos con mi actuación hasta estos 24 años. También agradecer a mi Tata y Lela, que han sido mis segundos padres y siempre han estado en todo, brindándome todo su amor.

Agradecer a todos mis profesores, quiénes de alguna manera formaron mi cimiento en lo académico, profesional y por sobretodo humano e hicieron que me enamorara de la carrera, puesto que llegué a esta sin vocación alguna, pero en especial a mi profesora guía Carolina Rodríguez que si bien, la pillamos y le ofrecimos nuestro tema en un momento complicado, puesto que se encontraba en un proceso de acreditación, aún así se hizo el tiempo para nosotras, dándonos apoyo, consejos, preocupación aún en temas no académicos y por sobretodo confianza, ya que debo reconocer que cuando llegué a la carrera y la vi, pensé que era una persona fría y objetiva (que profesionalmente hay que mostrar frente a los demás) puesto que la veía cuando pequeña en Red Coquimbo, pero que durante este tiempo de estudio cambió.

También sumar a mis agradecimientos a todo el personal administrativo, Laurita, Pedrito (Joaquín), y Don Guille, que siempre estaban ahí cuándo los necesité (aún los necesito), que siempre respondieron mis dudas y me sacaron más que alguna sonrisa al momento de entrar a la escuela. Y por último agradecer a Dios por todas estas oportunidades, por ponerme en esta instancia y también por todos quiénes me rodean.

Eva Astudillo.

AGRADECIMIENTOS

Como grupo de Seminario de Investigación de la carrera de Periodismo de la Universidad de La Serena, queremos agradecer a todas las personas que hicieron posible este trabajo. Agradecemos en primer lugar a nuestra profesora guía, Carolina Rodríguez, por orientarnos a hacer una gran investigación, permitiéndonos así, terminar esta importante etapa de nuestra carrera.

Agradecemos también el apoyo de Guillermo Muñoz, Laura Maya y Pedro Vargas, por ayudarnos en cuanto a la facilitación de equipos técnicos necesarios para esta investigación, pero principalmente por darnos ánimo en cada momento de esta importante etapa.

Queremos agradecer también a quienes hicieron posible este trabajo, a los alumnos de la Escuela Peñuela, en especial a la Jefa de Unidad Técnica Pedagógica (UTP), María Cristina Cornejo y a su Directora, María Rosetta Paris, por permitirnos realizar la prueba piloto en ese establecimiento. A los alumnos del Colegio Caleta San Pedro y a su Directora, Cecilia Espinoza, por la buena disposición desde el primer momento que le preguntamos si podíamos realizar esta investigación con sus estudiantes.

Finalmente queremos agradecer a Daniela Valdivia, que fue la monitora de todos los focus group aplicados, por la paciencia y disposición de ayudarnos con la aplicación del instrumento de recolección de datos.

Grupo Seminario de Investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. PRIMERA PARTE: PRESENTACIÓN DEL TEMA	14
1.1 SÍNTESIS Y ABSTRACT	15
1.2 INTRODUCCIÓN	18
1.3 OBJETIVOS	23
1.3.1 Objetivo General	24
1.3.2 Objetivos Específicos.....	24
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
2. SEGUNDA PARTE: MARCO TEÓRICO	32
2.1 CAPÍTULO I: LA TELEVISIÓN.....	33
2.1.1 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN.....	34
2.1.2 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN EN CHILE	37
2.1.3 LA TELEVISIÓN ABIERTA EN CHILE	40
2.1.4 TIPOS DE CANALES DE TELEVISIÓN.....	44
2.1.5 MODELOS DE TELEVISIÓN	49
2.1.6 TELEVISIÓN EN CHILE.....	51
-La televisión y el mundial del 62.	53
2.1.7 CANALES ACTUALES DE LA TV ABIERTA CHILENA	55
-Canal 13	55
-Televisión Nacional de Chile (TVN)	55
-Chilevisión (CHV).....	56
-Mega.....	57

-La Red	57
-Telecanal	58
2.2 CAPÍTULO II: TELEVISIÓN Y NIÑOS	59
2.2.1 LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN NIÑOS Y ADOLESCENTES..	60
2.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA AUDIENCIA INFANTIL.....	85
3. TERCERA PARTE: MARCO METODOLÓGICO	94
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	95
3.2 MUESTRA.....	98
3.3 CALETA SAN PEDRO	100
3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	105
3.4.1 Instrumento de recolección de datos	105
3.4.2 Categorías preestablecidas previa aplicación de focus group	110
3.4.3 Proceso de recolección de datos	112
1º Elaboración del focus group	112
2º Juicio de expertos	112
3º Prueba piloto	113
4º Elaboración del focus group definitivo.....	114
5º Aplicación del instrumento	115
6º Trabajo con los resultados de la aplicación del instrumento	117
3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	118
4. CUARTA PARTE: RESULTADOS	122
4.1 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE FOCUS GROUP.....	123

4.1.1 Resultados de quinto básico	123
4.1.2 Resultados de sexto básico	147
4.1.3 Resultados de séptimo básico	164
4.1.4 Resultados de octavo básico	181
4.2 ANÁLISIS CRUZADO DE DATOS	199
5. QUINTA PARTE: CONCLUSIONES	210
BIBLIOGRAFÍA.....	218
ANEXOS	227
ANEXO Nº1: FOCUS GROUP, INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.	228

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de canales de televisión	45
Tabla 2: Modelos de televisión.....	49
Tabla 3: Datos de focus group por nivel escolar	116
Tabla 4: Tiempo destinado a ver televisión por grupo.....	200
Tabla 5: Programas infantiles vistos por grupo	201
Tabla 6: Programas no infantiles vistos por grupo	201
Tabla 7: Control parental.....	204
Tabla 8: Enseñanzas obtenidas de la televisión	206
Tabla 9: Efectos de la televisión.....	207
Tabla 10: Contenidos que deberían existir en televisión	209

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Gráfico 1: Penetración de televisores en hogares chilenos	37
Gráfico 2: Promedio de encendido según género	38
Gráfico 3: Promedio de encendido según grupo socioeconómico	38
Gráfico 4: Consumo televisivo diarios según rango etario	39
Gráfico 5: Medios de consumo de información	40
Gráfico 6: Horas emitidas según origen de la producción (%)	41
Gráfico 7: Consumo televisivo según origen de producción	42
Gráfico 8: Rating en hogares con televisión de pago según tipo de señal...	42
Gráfico 9: Consumo programático infantil 2010	63
Gráfico 10: Programación infantil por canal (Niños de 6 a 12 años)	64
Gráfico 11: Consumo televisivo según género.....	65
Gráfico 12: Consumo televisivo según horario.....	66
Gráfico 13: Consumo televisivo adolescentes	67
Gráfico 14: Oferta televisiva extranjera con contenidos violentos	73
Gráfico 15: Influencia recibida por jóvenes de 15 a 17 años.....	81
Gráfico 16: ¿Qué les brinda la televisión?	82

1. PRIMERA PARTE: PRESENTACIÓN DEL TEMA

1.1 SÍNTESIS Y ABSTRACT

SÍNTESIS

El objetivo principal de la presente investigación es conocer las preferencias y hábitos de consumo que tienen los estudiantes de enseñanza básica de un establecimiento público/rural de la comuna de La Serena, Chile, acerca de la programación de la televisión abierta nacional y la influencia que podrán tener dichos contenidos en su desarrollo integral como personas.

El estudio se realizó con 41 estudiantes de quinto a octavo básico del Colegio Caleta San Pedro de la comuna de La Serena. La metodología utilizada en esta investigación fue el enfoque cualitativo, utilizando como instrumento de recolección de datos el *focus group*, permitiendo así conocer las preferencias televisivas, motivos, hábitos y preferencias programáticas de un grupo reducido de niños.

Los resultados de este estudio permiten concluir que a mayor edad existe un menor consumo de programación de televisión abierta, al priorizar otras actividades como salir con amigos o jugar. Sin embargo, la televisión sigue cumpliendo un rol importante, porque a pesar de que ver televisión no es una actividad predilecta en todos los cursos, los alumnos dedican una gran cantidad de horas a esa actividad, que en el caso de los más pequeños, incluso puede llegar en algunas situaciones hasta ocho horas diarias. Además, existe un alto consumo de programas calificados para mayores de 18 años, siendo que este estudio se centró solo en la audiencia infantil.

Un hallazgo importante en este estudio fue que la mayoría de los estudiantes declaró que los programas vistos en televisión abierta no les entregan ningún aprendizaje ni herramientas para sus vidas.

Conceptos claves: televisión, preferencias televisivas, hábitos de consumo televisivo, audiencia infantil y programas de televisión.

ABSTRACT

The main object in this investigation is to know the preferences and consumption habits in middle school students from a rural/public establishment located in La Serena, Chile, in terms of open television, their programs, and the influence that it might have in the children's development as adults.

The study has a sample of 41 pupils, all coursing fifth to eight grade, in Caleta San Pedro School, La Serena. The qualitative approach was the method applied in this investigation, using the focus group as a data collection instrument, which allowed to know the television preferences, the reasons to choose them, and habits from a reduced group of children.

The results allow to conclude that to an older age the consumption of programs from open television decreases, because the students prefer to go out with friends or play. However, open television keeps fullfilling an important role, as the children keep spending even 8 hours of their time watching it. Besides, there is a consumption of adult rated programs, though this investigation only focused in kids' audience.

A revealing finding was that open television programs didn't provide knowledge or tools to the students whatsoever.

Key words: television, television preferences, consumption habits, children audience, television programs.

1.2 INTRODUCCIÓN

Actualmente, la sociedad se está desarrollando en una cultura dominada por las comunicaciones, donde ver televisión es una de las actividades a las que las personas dedican su mayor tiempo de ocio, principalmente debido a su alcance universal. En Chile, de acuerdo al último Anuario Estadístico Oferta y Consumo de Programación TV Abierta (2013), elaborado por el Consejo Nacional de Televisión, desde ahora CNTV, el consumo de televisión por parte de la audiencia infantil es de 1,5 horas diarias en niños de entre 4 y 12 años, aumentando en cantidad de horas conforme se hacen adultos y llegando a un promedio de 2,5 horas diarias.

Estudios en todo el mundo dan cuenta de la influencia que ejerce la televisión en las personas, que incide en gran medida en el proceso de socialización, por formar parte de sus rutinas diarias, pero principalmente por su capacidad de transmitir información, mostrar modelos de conducta social y no socialmente aceptados, formas de ser, valores y gustos, que son aprendidos especialmente por los niños, quienes no son consumidores pasivos de los contenidos entregados por la televisión, sino que construyen sus propios significados a partir de sus vivencias y entorno. La televisión les facilita entonces el acceso a ciertos contenidos, a la vez que les sirve de contraste con lo que les enseñan en la escuela.

En cuanto a la programación televisiva, en Chile hasta el año 2013 solo un 8% de la parrilla programática iba destinada a niños de hasta 12 años de edad. Situación que demuestra una tendencia a la baja en contenidos infantiles desde el año 2010, donde la programación para este rango etario era de un 13% del total de la oferta programática, contenidos que ha ido disminuyendo con el tiempo. Un dato no menor y preocupante considerando el tiempo que pasan los niños frente al televisor (CNTV, 2013).

Frente a este panorama mundial dominado por las comunicaciones y a la escasa programación infantil de la televisión abierta chilena, las autoras de esta investigación decidieron llevar a cabo un estudio sobre el tema, enfocándose en

un sector no estudiado anteriormente, que son los escolares de quinto a octavo básico del Colegio Caleta San Pedro en la comuna de La Serena. En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo general conocer las preferencias y hábitos de consumo que tienen los estudiantes de enseñanza básica de un establecimiento público/rural de la comuna de La Serena, Chile, acerca de la programación de la televisión abierta nacional y la influencia que ésta tiene en su desarrollo integral como personas. Para ello, se trabajó utilizando la metodología de investigación cualitativa que permite comprender mejor el fenómeno de estudio en términos de significado, utilizando la técnica del *focus group*, por ser el instrumento más adecuado para recopilar la mayor cantidad de información sobre el tema. Cabe señalar que las investigaciones a nivel regional o local sobre estas temáticas son escasas en nuestro país y se concentran principalmente en regiones más pobladas como Santiago y Concepción.

La relevancia de este estudio radica entonces en generar conocimiento sobre los hábitos de consumo televisivo en niños de zonas específicas como la Caleta San Pedro, de tal manera de abarcar todos los rincones del país y así contribuir con investigación y generación de conocimiento sobre el consumo de televisión y las necesidades de las audiencias para las futuras políticas públicas. Con la entrada de la televisión digital en Chile se abre un abanico de posibilidades para la generación de algún canal netamente educativo en la televisión abierta, donde ya hay propuestas, como un canal educativo y cultural del Consorcio de Universidades Estatales de Chile (CUECH) o llevar NOVASUR, televisión cultural y educativa del CNTV, a la televisión abierta.

Es importante rescatar que aunque la principal motivación para el desarrollo de esta investigación fueron los pocos estudios existentes sobre el tema en pequeñas localidades del país, también motivó la reciente aprobación de la Ley de Televisión Digital, principalmente por las oportunidades que podrían haber para desarrollar una programación de calidad para todos los chilenos, principalmente para niños y adolescentes, que son los que están más expuestos a

la influencia de las nuevas tecnologías y que, si no ven televisión a través del televisor, lo hacen en otras plataformas como los teléfonos móviles.

Este estudio pretende seguir aportando a las investigaciones ya existentes sobre el tema. Servirá para futuros trabajos, principalmente para establecer comparaciones con otras localidades de igual o diferentes características, ya que debido a las respuestas que se obtuvieron de los escolares del Colegio Caleta San Pedro, se pudo conocer los hábitos y preferencias televisivas de los niños de esa localidad, además de la influencia de la televisión en su persona. Todo ello mediante los usos y costumbres revelados por medio del *focus group*.

En cuanto a estructura, el presente informe se encuentra dividido en cinco partes. La primera sección da a conocer a los lectores una visión global del tema de investigación, la situación actual del tema y algunos antecedentes. En esta parte también se presentan los objetivos del estudio, tanto generales como específicos y la justificación de la investigación.

La segunda parte del informe, denominada Marco Teórico, da cuenta de una amplia revisión bibliográfica por parte de las investigadoras, respecto al tema. Esta sección está dividida en dos grandes capítulos: el primero de ellos trata sobre la televisión como medio de comunicación, los tipos de canales de televisión existentes y la televisión en Chile, junto a los actuales canales de la televisión abierta chilena. En el segundo capítulo, se aborda el tema central de esta investigación, la televisión y los niños, dando a conocer diversos estudios que fueron relevantes para llevar a cabo esta investigación junto a las características de la audiencia.

La tercera parte de este documento muestra la metodología que se utilizó para conocer el consumo programático de la televisión abierta por parte de los estudiantes del Colegio Caleta San Pedro. Se muestra el enfoque utilizado con sus respectivas razones de elección, se detalla la muestra elegida con su

correspondiente caracterización y la técnica elegida. Además, se dan a conocer las etapas que conformaron el proceso de recolección de datos.

En la cuarta parte del presente informe se exponen los resultados de la investigación y finalmente, en la quinta parte se dan a conocer las conclusiones del estudio, elaboradas por las autoras, junto a posibles proyecciones de la investigación.

La difusión de los resultados obtenidos en este trabajo, una vez concluida la presentación del informe en la Universidad de La Serena, es que por una parte, se dará una charla a los padres de los estudiantes que participaron en el estudio para concientizarlos sobre el consumo televisivo infantil, de forma que adquieran consciencia sobre lo que ven sus hijos. Por otra parte, se enviará una copia del informe al CNTV, para dar a conocer lo que están viendo en la actualidad los niños chilenos, específicamente los de la Caleta San Pedro y así, que en un futuro se adopten las medidas correspondientes para diseñar una mejor programación, donde haya una mayor oferta programática destinada a los niños.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General:

Conocer las preferencias y hábitos de consumo que tienen los estudiantes de enseñanza básica de un establecimiento público/rural de la comuna de La Serena, Chile, acerca de la programación de la televisión abierta nacional y la influencia que ésta tiene en su desarrollo integral como personas.

1.3.2 Objetivos Específicos:

1. Describir cuál es el consumo programático en la televisión abierta, de los estudiantes de quinto a octavo básico del Colegio Caleta San Pedro de La Serena.
2. Conocer y analizar las razones del consumo televisivo de los estudiantes de quinto a octavo básico del Colegio Caleta San Pedro de La Serena.
3. Determinar la influencia de la televisión abierta entre estudiantes de quinto a octavo básico del Colegio Caleta San Pedro de La Serena.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En la actualidad, de acuerdo a Souza (1999) citada por Elgueta, Segovia y Venegas (2013, p.3) “estamos transitando -cada vez más- hacia una sociedad en que la información, la comunicación y el conocimiento constituyen ejes centrales en la articulación de los distintos ámbitos del quehacer social” y los niños crecen y se desarrollan en esta cultura dominada por las comunicaciones. Es en ese sentido, que los medios de comunicación han adquirido un papel fundamental en la vida cotidiana, sobre todo la televisión, que por su alto consumo y acceso universal, cumple un papel importante en los hogares chilenos, sobre todo en los niños, quienes ven televisión porque es el medio que más tienen a su alcance, al respecto Gómez (2011, p.202) indica que dicho consumo televisivo se explica porque los niños y niñas “buscan satisfacer sus necesidades de entretenimiento; porque los programas son ‘aspiracionales’ y las niñas anhelan a ser princesas y los niños superhéroes; porque la televisión es impuesta por el medio. En definitiva, porque la televisión es un tema recurrente con sus amigos; en muchos de los casos es la niñera electrónica”.

Reflejo del vínculo que se establece entre los niños y la televisión es la Séptima Encuesta Nacional de Televisión, realizada el año 2011, que reveló que el promedio de televisores por hogar es de 2,7, abarcando todos los estratos sociales. De manera que los niños hoy en día tienen un mayor acceso a los medios y tecnologías de comunicación, incluyendo los preescolares (Souza, 2011).

La televisión por lo tanto, de acuerdo a Ander-Egg (1996) citado por Sevillano y Perlado (2005, p.6), “es considerada como el medio de mayor incidencia dentro del proceso de socialización. No cabe duda de que los niños aprenden de la televisión: ésta suministra información, presenta modelos de conducta, transmite formas de ser, ofrece valores e ideales, promueve gustos, modas y costumbres”, permitiendo que el niño muchas veces aprenda más de que lo que no se busca que aprenda, que de aquello que se le quiere enseñar y además, los hace seres más pasivos, menos comunicativos, menos sensibles y más consumistas, lo que

ha llevado a posturas divergentes, considerando por un lado que daña las mentes infantiles y por otro, que es un aporte positivo y rescatable al desarrollo infantil (Elgueta et al, 2013).

El consumo infantil de televisión forma parte de la rutina cotidiana, de manera que de acuerdo a del Valle (2006, p.86) “en los niños se forma la idea del contraste entre lo ‘ilusorio y la realidad’. La audiencia es plural [...], contempla con avidez una infinidad de mensajes e imágenes cuyo influjo depende, en gran medida, del tiempo de permanencia en la televisión y del nivel de formación que posea el espectador”.

La televisión influye en la formación y conducta de los niños y en la actualidad, de acuerdo a Souza (1999) citada por Elgueta et al. (2003, p.1), se puede afirmar que hay acuerdo entre los diversos investigadores que los niños y niñas son consumidores televisivos que “construyen activamente sus propios significados de lo que ven en televisión a partir de su marco conceptual, cultural y valórico proveniente de la familia y la escuela como agentes socializadores fundamentales”. En otras palabras, los menores no reciben de forma pasiva lo que ven en la televisión, siendo aún un tema polémico el cómo se desarrolla esta relación activa entre los niños y la televisión.

La televisión como medio importante de socialización, de acuerdo a Matilla (2003), citado por del Valle (2006), hace que no tenga competidor posible, porque la convierte en un medio capaz de compensar ciertas desigualdades sociales, debido principalmente a que transmite normas, valores y conceptos que compiten con los que suministra la familia y el sistema educativo. A pesar de la crítica de algunos intelectuales, es un medio que facilita el acceso a ciertos conocimientos y sirve de contraste permanente con el colegio, “porque la escuela está perdiendo la batalla de la educación y necesita más apoyos que nunca, porque existen experiencias emblemáticas que demuestran las numerosas posibilidades del medio, porque la nueva televisión va a permitirnos llevar a la práctica un conjunto

de educación integra que implica identificar a este medio con otros servicios de valor añadido, incluso el acceso a Internet, etc.”. (Matilla 2003, citado por del Valle 2006, p.91).

Estudiar la influencia que tiene la televisión en los niños, de acuerdo a los autores Marín, González, Romero y Román (2011), es importante porque en la actualidad es uno de los medios de comunicación que ha tenido mayor alcance, llegando incluso a estar presente en todo lo que hacemos, decimos o pensamos. La televisión se caracteriza por crear pasiones, generar interés o levantar polémica, lo cual junto a la posibilidad de acercar al telespectador a la fantasía, “ayuda a evadirse de la realidad, hacer vibrar de emoción o alejarse, lo que le otorga el poder no sólo de informar, casi de forma instantánea de los acontecimientos, y de transmitir culturas, sino también, de manipular”. (Marín et al., 2011, p.347).

Jakiwara (2012, p.14) sostiene que “a través de la televisión se accede al conocimiento de las realidades y acontecimientos sociales que no están muchas veces a nuestro alcance a nivel local, nacional y mundial; además propone una serie de valores y estilos de vida que no están al alcance de las mayorías”, porque la televisión es una vitrina que muestra la realidad que muchas veces por cuestiones de accesibilidad y cercanía no se puede tener algún grado de conocimiento, entonces se transforma en una herramienta para conocer qué está pasando en el entorno social.

Los niños son los que están más expuestos a los efectos de la televisión, ya que al regresar desde la escuela al hogar, su estado de ánimo ante la televisión es principalmente descansar y relajarse, tanto física como psicológicamente. De acuerdo a Fuenzalida (2011, p.20) “la neurobiología señala que el paso de una situación de rendimiento a otra de descanso es acompañado por un cambio bioquímico corporal realizado por el sistema nervioso-motor autónomo parasimpático: el sistema deja de secretar adrenalina y otros neurotransmisores adecuados a la atención y tensión propia de las actividades de rendimiento y en

cambio, pasa a secretar endorfinas y serotoninas, neurotransmisores adecuados a situaciones sicosomáticas de relajación y descanso”. Merlo (2003) por su parte, dice que los niños establecen una relación personal y afectiva con la televisión, ellos conversan con la televisión, le hacen preguntas y le piden que los acompañe cuando están o se sienten solos, “a través de este diálogo directo y activo con la TV la consideran como una amiga confidente. Le piden que se interese por sus problemas, por sus carencias afectivas y sociales así como por sus dificultades escolares. Es alguien que forma parte de sus vidas, que está presente en los sentimientos y hechos cotidianos”. (Merlo, 2003, p.9).

Además, es de conocimiento público que la mayoría de los contenidos que ven los niños en televisión no están destinados a un público infantil. Situación que se ha observado desde los inicios de la investigación respecto al tema, “siendo uno de los primeros estudios [...] –el de Himmelweit, Oppenheim y Vance (1958), realizado en Gran Bretaña- el cual señala que los niños ven con placer programas destinados a todo público”. (Brunner, 1993, p.7). Una parte importante de la programación que ven los niños chilenos corresponde a la televisión infantil, “entendida [...] como un conjunto heterogéneo de géneros que incluye tanto dibujos animados como otros formatos audiovisuales”. (Elgueta et al., 2013, p. 2). Sin embargo, Souza (2012) señala que la oferta de programas infantiles en televisión abierta es muy escasa (8,6%) y ha ido disminuyendo en el tiempo.

De acuerdo a Pérez (2005), citado por Elgueta et al. (2013, p.1), “el consumo televisivo infanto-juvenil preocupa tanto a padres profesionales del área, [...] las conductas disruptivas o antisociales (faltas de respeto, deshonestidad, egoísmo, manipulación, amenazas, etc.) están presentes en la televisión que ven los menores, incluso en programas supuestamente para niños”. Por esta razón, en Chile se han realizado diversos estudios sobre la relación televisión-niños, siendo el CNTV uno de los mayores organismos en realizar publicaciones al respecto, como "Padres y regulación televisiva", "Encuestas niños, adolescentes y televisión", ambas publicadas en el año 2012. En la materia, también destaca

María Dolores Souza, autora de publicaciones como "Consumo televisivo infanto-juvenil y opiniones sobre la oferta" (2012) y "Preescolares y televisión" (2011). La mayoría de estas investigaciones se concentran en Santiago, sin embargo se han hechos estudios en Concepción, Temuco y La Serena, " Televisión y niños: Análisis del consumo y preferencias televisivas en escolares de entre 8 y 10 años" (2013), "Comunicación visual y desarrollo rural intercultural experiencia en la comuna de Lautaro IX Región de Chile" e "Impacto de la programación de la televisión abierta en niños y niñas de kinder y NB1 de colegios municipalizados de la Comuna de La Serena" (2001), respectivamente.

El motivo de este seminario es la falta de investigaciones regionales sobre la televisión y los niños, principalmente en sectores considerados rurales. Si bien esta muestra abarca a los mismos niveles pedagógicos que los estudios realizados anteriormente -quinto a octavo básico-, se concentra en una localidad rural a 5km de la ciudad de La Serena, en la Caleta San Pedro, la cual no ha sido considerada en investigaciones anteriores, referentes a niños y su relación con la televisión abierta. Entonces, por medio de este estudio se busca generar interés por hacer estudios de audiencias en localidades más pequeñas, para así poder determinar en un futuro qué ven los niños a lo largo de todo el país y tomar mejores decisiones en cuanto a materia de televisión, ya que centrándose solo en las grandes ciudades solo hace que las políticas públicas sean más centralistas. Esta investigación es importante principalmente porque podremos saber qué ven los niños de la Caleta San Pedro y qué les gustaría ver en pantalla. Además, este estudio servirá para futuras investigaciones respecto al tema y comparaciones con otras localidades de igual o diferentes características.

En esta investigación se utilizará la técnica de *focus group*, que no ha sido tan utilizada en los estudios anteriores, ya que la mayoría de las investigaciones utilizan instrumentos cuantitativos como encuestas o técnicas mixtas, entre grupos de enfoque, encuestas o cuestionarios y ésta, solo se basará en *focus group*, permitiendo así que con grupos reducidos de niños se logre obtener sus

preferencias televisivas, motivos de consumo y preferencias programáticas, de manera más profunda y directa.

Es relevante seguir profundizando sobre el tema, porque la televisión es transversal en los distintos sectores económicos y ciudades, los niños disponen cada vez de más medios propios, “fenómeno que comenzó a evidenciarse a comienzos de los años 2000 en Chile, donde el equipamiento medial y tecnológico ya no es del hogar en su conjunto, sino, a diferencia de 15 años atrás, es propiedad de los miembros de la familia por separado. Actualmente, los niños son dueños de tecnologías, incluso en edad pre- escolar”. (Souza, 2012, p.4).

La realidad del consumo televisivo por parte de los niños, da cuenta de la importancia de contar con programación adecuada para ellos, además de formarlos para que hagan un uso responsable de los medios, considerando que utilizan tecnologías que les permiten el acceso casi sin restricciones a los contenidos audiovisuales. Ante estos nuevos desafíos, tanto la industria televisiva, como los reguladores, padres y profesores tienen un rol que desempeñar (CNTV, 2012).

El tema de la televisión y los niños ha sido estudiado con anterioridad, pero las circunstancias del fenómeno han sufrido cambios que será necesario volver a evaluar, he ahí la oportunidad y utilidad de esta investigación.

Para este estudio y como se ha mencionado anteriormente, se contó con la participación del Colegio Caleta San Pedro, ubicado en la Caleta San Pedro, que es la única escuela de la localidad y que en el año 2013, se situó en el primer lugar comunal de los colegios municipalizados en el SIMCE (“Colegios rurales de La Serena también sobresalen en el SIMCE,” 2013). Difiere de las demás investigaciones en cuanto a que solo son estudiados los escolares de esa localidad, no hay comparación con otras clases sociales y solo se enfoca en alumnos de este sector rural.

2. SEGUNDA PARTE: MARCO TEÓRICO

2.1 CAPÍTULO I: LA TELEVISIÓN

2.1.1 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación de masas en la actualidad tienen una gran influencia en la sociedad, principalmente la televisión, que se ha convertido en el medio más consumido a nivel nacional y mundial. De acuerdo a Coste y Le Diberder (1990), citados por Vergara (2007), la televisión es “la que ocupa un lugar central en la cultura contemporánea, constituyéndose ante todo en un elemento ‘integrador’ y en la demostración más evidente de que la sociedad es vivida como una ‘entidad integrada’”. Por su parte, Bustamante (2004, p.25) señala que la televisión es por su naturaleza la “única industria cultural en sentido estricto, ya que el término no concierne ya sólo a la estandarización del producto mismo o a la racionalización de las técnicas de distribución (caso del libro o del disco) sino al conjunto de procesos de producción”. La televisión se ha transformado en un fenómeno cuya trascendencia y complejidad de producción de noticias acarrear profundas repercusiones en la sociedad.

La televisión es un fenómeno complejo que ha realizado importantes contribuciones al desarrollo y calidad de vida de las personas, porque favorece a ampliar el horizonte de los individuos, permite que la globalización de la información llegue a todos los hogares, creando a la vez un sujeto más informado, integra a la sociedad y diversidad cultural, permite que se exprese el pluralismo democrático y alivia la soledad. Brunner y Catalán (1995), citados por Vergara (2007, p.1), señalan que la televisión es un tránsito crucial en el surgimiento de las sociedades modernas “a través del paso de una sociedad organizada jerárquicamente en torno a puntos esenciales de acceso y de distinción estamental del consumo, a una en la cual la cultura es distribuida masivamente mediante nuevas relaciones entre el mercado, las industrias y los bienes culturales”. Los autores señalan que en este contexto y ante un público cada vez más numeroso, es “donde se despliega una pluralidad de lenguajes y consumos simbólicos que se convierten en un factor determinante de la existencia y del pensamiento moderno”. (Brunner y Catalán 1995, citados por Vergara 2007, p.1).

El hábito de ver televisión es transversal y constante, porque llega a todas las personas, sin hacer distinción de edad, sexo, religión, ni grupos socioeconómicos. Además, la llegada en los hogares ha sido rápida, ya que la radio tardó 38 años en conseguir 50 millones de oyentes y la televisión solamente necesitó de 13 años (Rodríguez, 2004). En un mundo creciente de plataformas de información y contenidos es lógico pensar que el tiempo que tienen las personas para dedicar a los medios de comunicación es cada vez más acotado, sin embargo en el caso de la televisión no lo es. Ver televisión es una de las actividades más populares y en una muestra realizada por la Oficina de Comunicaciones del Reino Unido (Ofcom, 2012), se demostró que sobre el 90% de la población entre siete países desarrollados ve televisión cotidianamente, mientras que en España y Reino Unido un 95% consume televisión frecuentemente, lo que los convierten en los países con mayores habitantes televisivos.

La televisión monopoliza nuestro tiempo libre, “incluso, se puede decir que los sitios más concurridos de la red de Internet [...] son los portales de televisión y sus programas”. (Altamirano, 2006, p.14). En general, de acuerdo a Oreja (1998) citado por del Valle (2006, p.84), las personas dedican parte de su tiempo a ver televisión, que se alarga en el caso de los niños, origen en buena medida de su cultura y de su ocio, pues “no solo presenta imágenes del mundo, sino también nociones y categorías políticas, sociales, éticas, geográficas, psicológicas. Para hacer que estos hechos e imágenes sean intangibles”. La televisión es una perfecta mezcla entre dos medios de comunicación como lo es la radio y la prensa escrita y “no solo cautiva por su capacidad de entretener e informar usando el lenguaje audiovisual; además [...] el hecho de que la imagen y el sonido viajen por el espacio y lleguen instantáneamente a millares de hogares, es sin duda una suerte de ‘milagro’. La pantalla [...] sintetiza el camino recorrido por el ingenio humano y otros medios para lograr que las personas y la sociedad no vivan aisladas e incomunicadas entre sí”. (Altamirano, 2006, p.135). Se podría decir que de alguna forma la televisión es la continuación de la radio, en tanto que

ambos medios llegan en vivo y en directo a cada persona. Es un sistema holístico que junta dos sentidos sensoriales la vista y la audición.

La televisión, gracias a su poder para registrar y difundir acontecimientos mientras están sucediendo, “ha instaurado la simultaneidad de los procesos sociales. Su tecnología está dedicada a difundir, amplificar –casi en el mismo momento en que se producen- y dar trascendencia a los acontecimientos particulares”. (Pérez, 1994, p.60). La capacidad de la televisión de captar lo real “le hace presentarse como un proceso cuasi transparente que otorga valor de autenticidad a todo mensaje que transmite”. (Pérez, 1994, p.64). La televisión ya no es unidireccional ni tampoco es un medio monopólico que crea a un televidente pasivo; sino es un medio multidireccional el cual pretender formar un agente activo, exigente, con voz y voto (Altamirano, 2006).

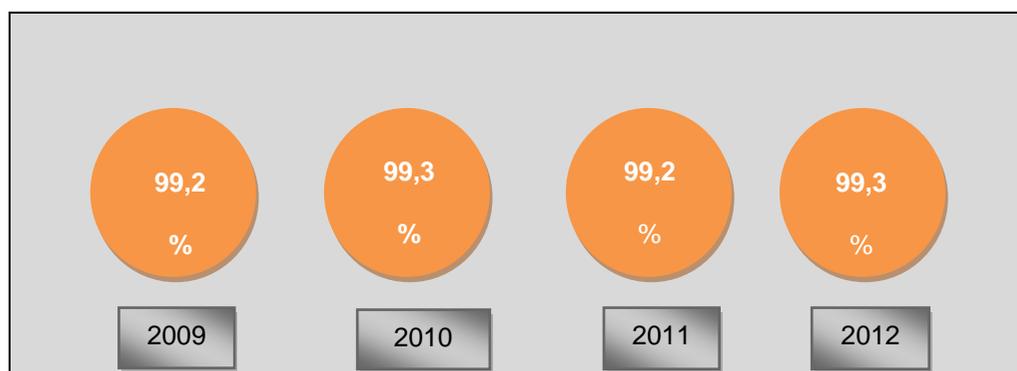
Sin embargo, Jakiwara (2012) señala que la televisión como medio de comunicación tiene verosimilitud al mostrar los hechos, pero no considera los sesgos que posee esta imagen. El acceso a ella es casi universal, principalmente al no requerir mayor preparación que la capacidad visual. La televisión “ha alcanzado el status de -meta-medio-, es decir, el de instrumento que dirige no sólo nuestros conocimientos del mundo, sino también nuestra percepción de las maneras de conocer”. (Postman 2001, citado por Jakiwara 2012, p. 8). La autora señala además que la televisión está convirtiendo todo en espectáculo, porque principalmente busca el entretenimiento de los espectadores.

Escuelas sociológicas se dedican a probar la idea de que la televisión es dañina o superficial, con argumentos como que lejos de contribuir a conocer el mundo, distorsiona la realidad a través de una visión mistificada del mundo; es un medio de manipulación ideológica y dominación cultural; transforma la cultura de masas en una cultura vulgar y comercial; homogeniza la diversidad e impulsa a los individuos a los malos hábitos.

2.1.2 LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN EN CHILE

Según el Primer Informe de la Televisión Chilena elaborado por la Asociación Nacional de Televisión, desde ahora ANATEL, "en todos los hogares del país hay al menos un televisor en funcionamiento, tendencia que se ha mantenido estable en torno al 99,2% y 99,3% de penetración entre 2009 y 2012", siendo el medio de comunicación con el mayor alcance entre la población (ANATEL, 2013, p.10).

Gráfico 1: Penetración de televisores en hogares chilenos



Fuente: Time Ibope - Establishment Survey, 2012.

Las mujeres lideran el hábito de ver televisión con un 17,1% frente a los hombres que llegaron a un 13,3% en el año 2012. Este comportamiento se manifiesta porque son ellas quienes en la mayoría de los hogares realizan labores domésticas y la televisión en una forma de acompañamiento. Además, en la programación de todos los canales de señal de libre recepción durante la mañana emiten matinales, cuyos contenidos van dirigidos especialmente a ellas.

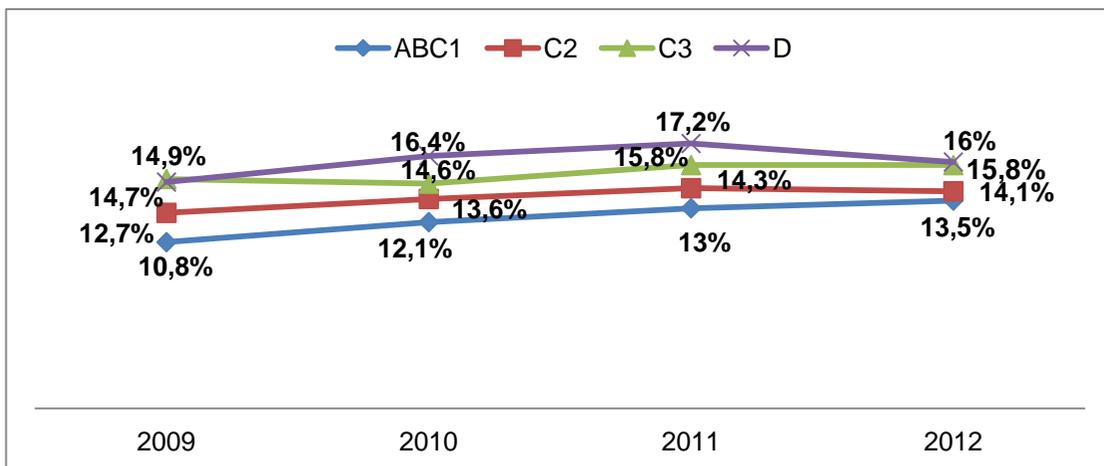
Gráfico 2: Promedio de encendido según género



Fuente: Time Ibope - Establishment Survey, 2012.

En cuanto al aspecto socioeconómico, este estudio reveló que el grupo más alto, denominado ABC1, es quién tiene el nivel más bajo de encendido televisivo, alcanzando un 13,5%. Sin embargo, ha estrechado la diferencia con el grupo C2, disminuyendo la brecha en un 1, 6% y en un 2,5 % con el grupo D, que obtiene el mayor porcentaje de encendido televisivo con un 16%.

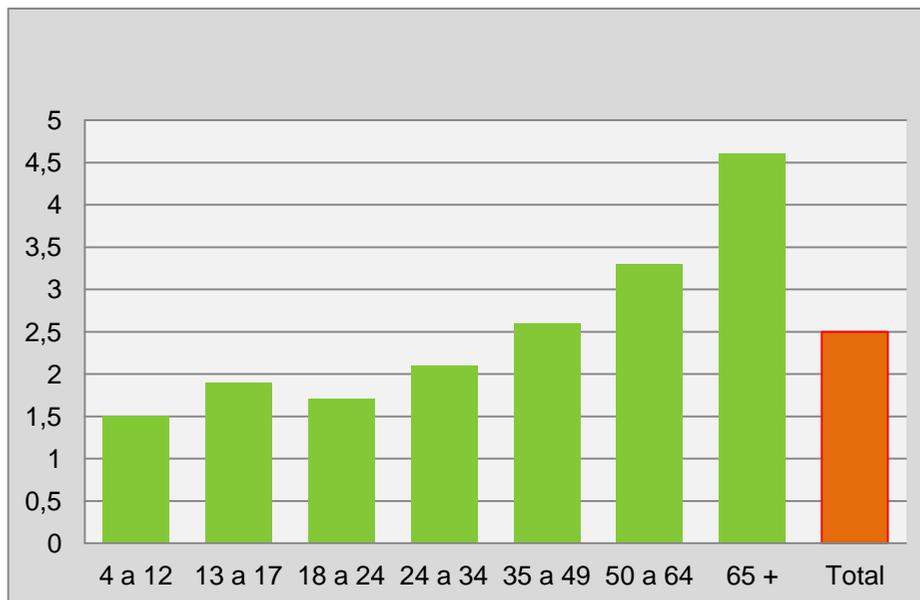
Gráfico 3: Promedio de encendido según grupo socioeconómico



Fuente: Time Ibope - Establishment Survey, 2012.

Relacionado con los grupos etarios, el CNTV en el Anuario Estadístico Oferta y Consumo de Programación TV Abierta (2013) señala que el segmento de personas mayores de 65 años son quienes consumen más televisión, con un total de 1596 horas anuales, lo que equivale a 4 horas y 20 minutos diariamente. Esto se explica porque la mayoría son gente jubilada que tiene mucho tiempo libre y lo ocupan viendo televisión. Además, les otorga una sensación de compañía mayor que los demás medios.

Gráfico 4: Consumo televisivo diarios según rango etario

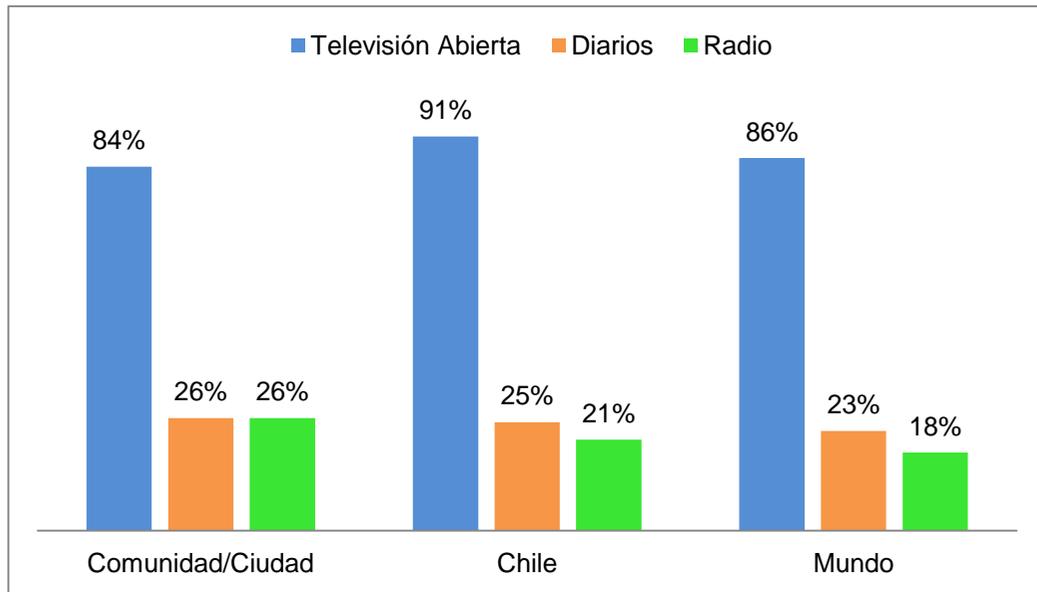


Fuente: CNTV, 2013.

2.1.3 LA TELEVISIÓN ABIERTA EN CHILE

La televisión abierta genera vínculos con la sociedad, ya que pone en la palestra temas de discusión de diferente índole, otorgándole un alto poder de convocatoria. En la VII Encuesta Nacional realizada por el CNTV (2011) se indica que los chilenos eligen a la televisión abierta como el principal medio para informarse, siendo el 91% que utiliza este medio para hacerlo sobre hechos nacionales, el 86% sobre acontecimientos mundiales y el 84% a nivel comunal, desplazando a los medios escritos y radiales que obtuvieron un 24% y 18% respectivamente.

Gráfico 5: Medios de consumo de información

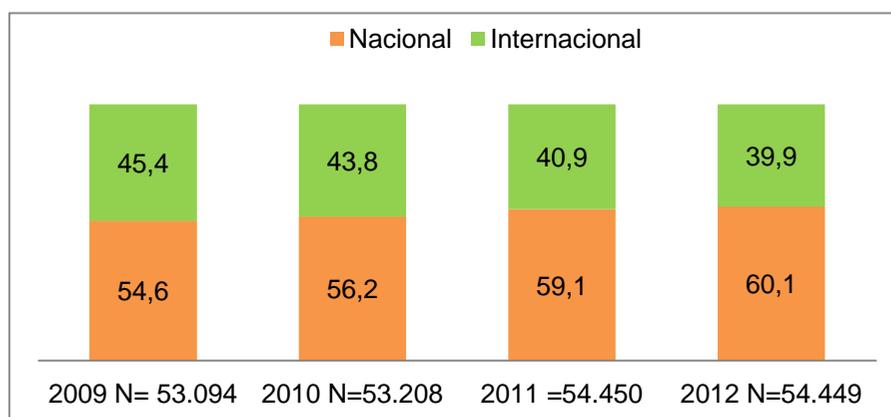


Fuente: VII Encuesta Nacional, CNTV 2011.

Siguiendo con el estudio de ANATEL (2013), los canales de televisión abierta tienen mayor cantidad de audiencia que los canales pagados, además llegan a más cantidad de gente en el mismo período de tiempo, teniendo un público más

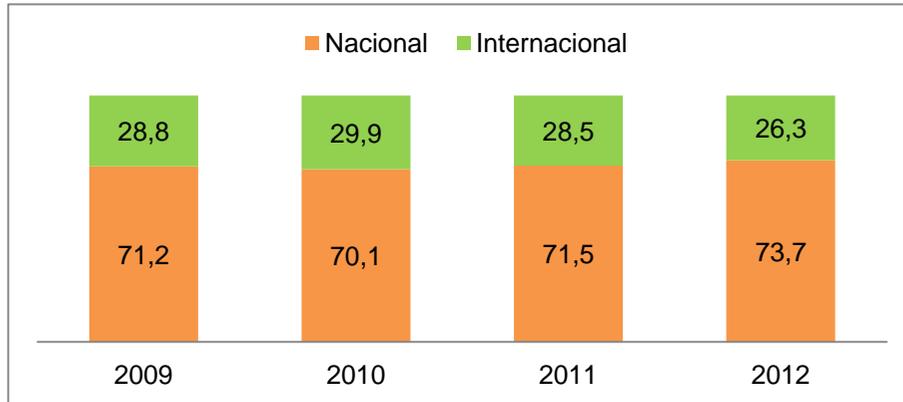
fiel que consume por más tiempo. Por otro lado, en estos tipos de canales se emite un alto contenido audiovisual de carácter nacional, que es una ventaja frente a los demás tipo de televisión, ya que las audiencias tienen la posibilidad de sentir cercanía y arraigo sociocultural propio y conocer historias de vida que forman parte de la idiosincrasia chilena. Desde el año 2009 la oferta con programas de producción nacional ha aumentado 5,5%, llegando a un 60,1% de las horas emitidas, creciendo no solamente la cantidad de programas de carácter propio sino que también en volumen general de producción.

Gráfico 6: Horas emitidas según origen de la producción (%)



Fuente: Conecta Media Research, 2012.

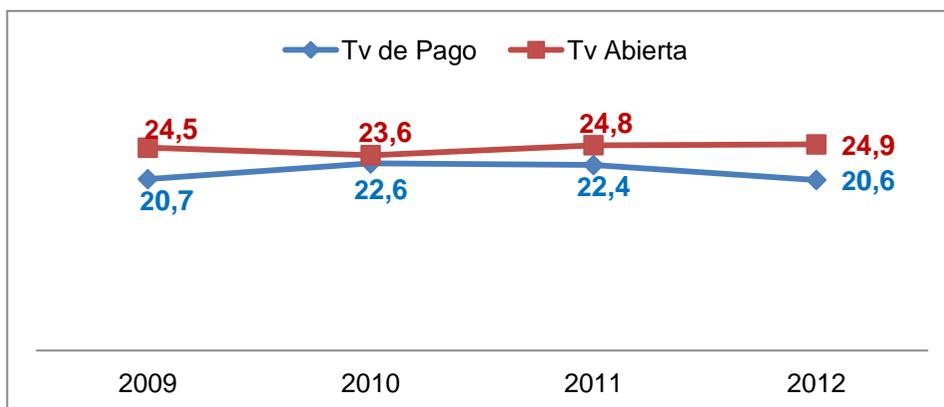
Gráfico 7: Consumo televisivo según origen de producción



Fuente: Conecta Media Research, 2012.

A pesar de la entrada de la televisión de pago, la televisión abierta no ha dejado de ser sintonizada, alcanzando un rating que se mantiene entre los 23,6 y 24,9 puntos desde el año 2009, mientras que la señal de pago tuvo su mayor auge en el 2010 con 22,6 puntos que luego descendió a 20,6 puntos, aumentando la distancia entre ambos tipos de televisión los últimos años.

Gráfico 8: Rating en hogares con televisión de pago según tipo de señal



Fuente: Time Ibope, 2012.

La gran fortaleza de la televisión abierta es realizar televisión en vivo, integrando personalmente al telespectador. Tiene además la capacidad de transmitir la actualidad de forma inmediata, “‘el vivo’, ‘el directo’, ‘la actualidad’, ‘la cobertura nacional’, ‘las referencias personalizadas’, son factores que permiten a la audiencia identificarse con los contenidos de la TV abierta”. (Altamirano, 2006, p.240 - 241). Por otro lado, el uso de internet no ha sido un obstáculo para el desarrollo de la televisión, puesto que también los diferentes canales de recepción abierta han sabido adecuarse a las tecnologías y han logrado crear nuevos formatos y plataformas para que aquel público que no tiene acceso a un televisor, siga en contacto con ellos y pueda opinar de lo que está ocurriendo a través de las redes sociales.

Otro modo en que los televidentes se han ido integrando a los contenidos entregados por la televisión es a través de la fiscalización del Consejo Nacional de Televisión, órgano que vela por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo, en sintonía con los cambios tecnológicos y socio-culturales, en un contexto de creciente internacionalización.

2.1.4 TIPOS DE CANALES DE TELEVISIÓN

Actualmente con la entrada en escena de la tecnología digital se han producido grandes transformaciones en el sistema de medios, siendo la más destacable según García (2012), la clasificación del incremento de canales de televisión disponibles para su difusión y recepción, cuya “capacidad multiplicadora derivada de las posibilidades de comprensión de la señal televisiva mediante protocolos como el MPEG2 o MPEG4, conduce a poder incrementar en cuatro o más las capacidades de las infraestructuras de difusión de televisión”. (García, 2012, p.18).

Con el aumento de la capacidad de transmisión y abaratamiento de los costes de transporte de la señal televisiva, “gracias a la infraestructura de cable y satélite inicialmente y con posterioridad por medio de ondas hertzianas terrestres, se genera el desarrollo de nuevos modelos de televisión, gracias a la posibilidad de difusión de un gran número de canales”. (García, 2012, p.18).

García (2012) señala que la multiplicación de la oferta de canales junto a la posibilidad de trasladar la variedad de programación en un mismo canal, a un número prácticamente ilimitado de canales, lleva a la construcción de un nuevo esquema dual en “el que conviven las televisiones de carácter generalista y las de contenidos temáticos o especializados. Es este esquema dual el que en su conjunto hoy ofrece a los telespectadores una programación variada y que es capaz de adaptarse a los intereses de las audiencias en función de sus gustos”. (García, 2012, p.18).

Nos enfrentamos a un nuevo período de la televisión, donde la fragmentación de las audiencias “se incrementa a lo largo del dial de acceso libre o gratuito no solo entre canales generalistas sino que competirán también con canales temáticos o especializados, dando un salto cualitativo sobre la fase intermedia de la televisión generalista como eran los canales de nicho”. (García, 2012, p.19). La televisión

está experimentando transformaciones tanto en forma como en contenido, de acuerdo a Cebrián (2004), vivimos momentos de transformaciones complejas, la televisión enfrenta una nueva fase, donde hay una fuerte convergencia con otros medios, sobre todo multimedia. La televisión “ha entrado definitivamente en un mundo de diversificación por sistemas y dentro de cada uno de ellos por modelos diferentes de explotaciones”. (Cebrián, 2004, p.19). Y debido al incremento de la capacidad de redes, “cada plataforma de canales utiliza uno o varios sistemas de difusión: satélites, cables y ondas terrestres”. (Cebrián, 2004, p.26).

Tabla 1: Tipos de canales de televisión

<p>Canales de televisión digital terrestre (TDT o TVDT)</p>	<p>TDT emplea servidores digitales de video y audio a partir del estándar de codificación MPEG2, mejorando la calidad de imagen hasta aproximarla a la alta definición, a la vez que optimiza el sonido y mejora la recepción al evitar interferencias. La digitalización de acuerdo a Rodríguez (2012) podría permitir la multiprogramación.</p>
<p>Canales por cable</p>	<p>La televisión por cable, de acuerdo a Cebrián (2004) da cabida a que haya una gran cantidad de canales, sin haber límites físicos ni técnicos. Sin embargo, hay un punto importante que radica en los contenidos y</p>

	servicios, ya que los sistemas de difusión tradicional y satelital luchan por la exclusividad de contenidos y derechos de difusión.
Canales por satélite	La tecnología de la televisión digital satelital necesita del lanzamiento y posición del satélite en el espacio. Los satélites requieren de una antena emisora y una receptora, las que pueden ser individuales (DTH) o colectivas (SMTV), para que todos los habitantes de una comunidad de viviendas puedan recibir la señal.

Fuente: Elaboración propia con información de “Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet”, 2004.

Cebrián (2004) establece tres grandes modelos de televisión; **generalista, multitemático y convergente con internet**, los que conviven simultáneamente, pero con trayectorias diferentes, ya que cada uno plantea procesos comunicativos distintos. Se establece un sistema de convivencia de interrelaciones entre los tres modelos.

Por su parte, Bustamante (2004) hace una clasificación de la televisión desde el punto de vista económico y señala que la televisión debe sustentarse a las reglas de una economía de mercado. El autor señala que históricamente la televisión se ha organizado en tres grandes formulas económicas genéricas: la televisión pública, que “se dirige al ciudadano que paga por la disponibilidad de unas

programaciones protegidas de la presión comercial, incluso en el caso de que no las consuma”. (Bustamante, 2004, p.20); la televisión publicitaria, en la que según Diberdery Coste-Cerdan (1990), citados por Bustamante (2004, p.21), el operador es una “auténtica máquina de transformar inversiones en programas e ingresos sacados de la audiencia de esos programas” y donde el telespectador se ha sustituido por el consumidor y la televisión de pago, que vende el consumo de programas exclusivos y se dirige al espectador-cliente, como cualquier producto o servicio. Esta última se clasifica en: Pay TV o televisión de pago por abono, Pay Per View o televisión de pago por programa y el vídeo on demand o televisión interactiva.

Fuenzalida (2000) por su parte, habla de la televisión pública en general, de los modelos europeos, que la mayoría se han caracterizado por una programación con énfasis en temas como la educación vinculada con la enseñanza formal, la información política, la alta cultura y el debate académico intelectual. Este modelo no toma en cuenta las necesidades sociales de audiencias de lugares subdesarrollados y pobres. En base a eso, “no se puede ser sino profundamente escéptico ante toda propuesta de imitar o de adaptar una programación televisiva racional-iluminista europea para América Latina”. (Fuenzalida, 2000, p.40).

El autor señala que los canales latinoamericanos que cuentan principalmente con programación orientada a la educación formal y alta cultura, presentan problemas económicos y de audiencia. Fuenzalida (2000) propone avanzar hacia un modelo latinoamericano de televisión pública con programación enfocada en un acuerdo de política televisiva de Estado, que se base en las necesidades y expectativas de la audiencia, con base cultural y semiótica.

Los objetivos de este tipo de programación deberían ser: formar audiencia familiar, con énfasis en la educación para la vida cotidiana en lugar de la escolarización formal de la televisión; generar una cultura del protagonismo social para el desarrollo y superación de la pobreza en vez de tener una televisión al

servicio del protagonismo de líderes sociopolíticos y descalificaciones; “reforzamiento de la identidad a través de la presencia de la cultura lúdico-festiva de la entretención popular latinoamericana, en lugar de privilegiar la presencia de la Alta Cultura en la TV”. (Fuenzalida, 2000, p.44); contar con espacios de información y discusión de los problemas sociales y así avanzar en políticas nacionales en vez de utilizar la televisión como propaganda ideológica de algún partido o gobierno.

Acerca de la red pública, Fuenzalida (2000) señala que puede actualmente operar por dos señales, una con programación general y la otra con una programación especializada en contenidos de alta cultura, ciencia y tecnología, entre otras temáticas, pero que con la incorporación de la señal digital, la actual señal televisiva de un canal podrá dividirse en varias señales.

2.1.5 MODELOS DE TELEVISIÓN

Tabla 2: Modelos de televisión

Modelo de televisión generalista	Este modelo “se inclina por el enfoque comercial y la ausencia [...] de la orientación de servicio público. Busca acumulación de audiencia para vendérsela a los anunciantes como capacidad de impactos publicitarios, pero se mantiene la incógnita de la eficacia real de esta actuación”. (Cebrián, 2004, p.47).
Modelo de televisión multitemático	Este modelo amplía sus canales temáticos, incrementando el número de ellos dedicados a la información general y temas específicos. Rompe con lo masivo de la televisión generalista, buscando la homogeneidad de intereses de los diversos grupos. Propone diversidad de canales en emisión simultánea para que el usuario elija (Cebrián, 2004).
Modelo convergente de televisión e internet	Se refiere al desarrollo de la televisión en la integración de varios medios, que abre una vía de radical

	<p>transformación de la televisión por medio de las transacciones comerciales de la información y “nace la posibilidad de realizar transacciones de compraventa mediante el terminal televisor-monitor, y con ello una nueva financiación mediante la venta de productos”. (Cebrián, 2004, p.202).</p>
<p>Canales temáticos</p>	<p>Los canales temáticos van dirigidos a públicos de mayor homogeneidad, que dominan parcialmente el lenguaje utilizado en algún tema específico, pero no de forma especializada como un experto (Cebrián, 2004). Se pueden clasificar en: Canales digitales generalistas, que pueden abarcar una diversidad de contenidos; Canales temáticos generales, que se centran en un solo tema, abordándolo desde diversas perspectivas y Canales temáticos especializados, que están centrados en un aspecto del tema de forma específica, por lo que reducen el campo temático.</p>

Fuente: Elaboración propia con información de “Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet”, 2004.

2.1.6 TELEVISIÓN EN CHILE

La televisión en Chile dio sus primeros pasos a finales de la década de los 50, sin embargo ya en 1952 comenzaron las primeras emisiones experimentales, aunque de manera ilegal e impulsado por un grupo de estudiantes de la carrera de ingeniería de la Universidad Católica de Chile. Desde sus comienzos, el origen de la televisión se le atribuye a las universidades, cuyo propósito era entregar una televisión educativa e incentivar el desarrollo cultural del país.

La primera transmisión al público en forma experimental se hizo en 1958, a cargo de la Universidad Católica de Valparaíso. En 1959, durante la presidencia de Jorge Alessandri Rodríguez, se realizó un programa llamado "El hombre y el Universo", que presentaba temas relativos a la ciencia, principalmente a la astronomía, cuya duración era de veinte minutos y fue emitido por UCV. Se designa un director técnico y un director artístico y cultural que crean un departamento de televisión educativa. En esa época aún eran escasos los receptores de televisión, la universidad instaló equipos en lugares públicos y en los diarios El Mercurio y La Unión. Altamirano (2006, p.211) señala que "los pioneros de la iniciativa fueron el sacerdote jesuita Jorge González Forster, rector de la universidad y Carlos Menéndez, director de la Escuela Electrónica de la UCV". El rector González conoció la televisión en Estados Unidos y en Europa, impresionado por este avance tecnológico, le propuso a Carlos Menéndez el desafío de traerla a Chile, para lo cual el director de la Escuela de Electrónica fue becado para realizar una pasantía en EE.UU.

Sin embargo no fue hasta el 22 agosto de ese año que nació oficialmente la televisión chilena, con la transmisión del Canal 8 de la Universidad Católica de Valparaíso, que con precaria implementación técnica transmiten un proyecto consignado primordialmente a la educación, visto por unas 30 mil personas. En mismo período se inauguró el canal de la Universidad Católica de Chile, que era emitido por la señal 2, pero en 1960 cambió a la señal 13. En noviembre de 1960

se suma la Universidad de Chile, que transmite imágenes de investigaciones originadas por ingenieros de la misma casa de estudios desde el año 1956, creando de esta manera el Canal 9. Los primeros receptores en el país los fabricó Motorola, con licencia de RCA.

La televisión a Chile tuvo una llegada tardía en relación a los demás países, fue el antepenúltimo país de América Latina en obtenerla, esto fue ocasionado por la incompatibilidad con la política económica vigente, puesto que hasta esa fecha no existía una ley orgánica de comunicaciones. Además, según Hurtado (1989, p.23) existía una "falta de definición de las características y ubicación de los sistemas de emisión electrónicos modernos", haciendo que todas las solicitudes para montar un canal fueran dirigidas hacia el Ministerio de Economía y Fomento o al de Hacienda, donde generalmente eran rechazadas (Hurtado, 1989). Además, en nuestro país existía una política proteccionista que elevaba los aranceles al importar tecnología.

Los primeros interesados en levantar canales de televisión en el país son empresarios extranjeros, pero las barreras arancelarias y legales hicieron que no prosperarían (Hurtado, 1989).

Después de la dictación del Reglamento de Radiodifusión en 1958, el panorama se veía beneficioso tanto para las empresas privadas como para las universidades, porque se debían establecer requisitos y procedimientos para la obtención de las concesiones y cuyas solicitudes debían derivarse a la Secretaría de Servicios y Eléctricos y Telecomunicaciones. Esto produjo que tanto empresarios y académicos pudieran desarrollar sus proyectos. Sin embargo, el presidente Alessandri desestimó todo intento de crear una televisión pública y masiva. En la época existía una política de austeridad y racionalidad de la administración pública, porque se estaba pasando por una crisis económica, lo que hizo que se restringieran las importaciones y reserva de dólares, lo que perjudicó la carrera por consolidar a la televisión Chilena.

La televisión solo significaba enormes gastos, se decía que era un derroche de ricos. Solo las iniciativas docentes eran acreditadas con fines culturales, fomentando la partida de la televisión experimental universitaria (Hurtado, 1989).

-La televisión y el mundial del 62: El fútbol en Chile es uno de los deportes que paraliza al país y sin lugar a dudas, el mundial de fútbol de 1962 debe ser considerado como el hito que dio inicio de las transmisiones televisivas, porque hasta ese entonces solo se habían realizado difusiones de tipo experimental. En ese tiempo la televisión aún no tenía un carácter masivo, siendo la llegada del mundial un cambio para la televisión como medio de comunicación, ya que cobra fuerza y poder y el antiguo modelo de la televisión universitaria se hace insostenible, ya que se permite la publicidad y comienza la llamada competencia entre los canales. Era el inicio de un “modelo de televisión comercial”. (Rodríguez, 2010 p.13). Este evento movilizó a todo el país, ya que todos querían ver jugar a los rusos, checos, alemanes o brasileños y de esta manera desplaza a la radio. Además, se realizaron grandes inversiones en infraestructura deportiva y turística.

Cuando Chile obtuvo la organización del Mundial de Fútbol en 1962, los canales querían transmitir de forma masiva y de la mejor manera el evento, "se esmeraron en perfeccionar sus equipos y su capacidad de producción para transmitir en directo los partidos de Santiago o de Valparaíso". (Hurtado, 1989, p.85). Canal 13 obtiene un equipo completo de Estados Unidos, canal 9 adquiere un equipo móvil y canal 8 por medio de equipos de televisión de periodistas mexicanos inaugura la señal desde una unidad móvil.

La televisión se masificó y a finales de 1962 había cuatro veces más receptores que en 1959, principalmente en Santiago y Valparaíso, ya que comenzó a operar la empresa Motorola Subsidiaria de la RCA, la cual entregó tres mil receptores al país. De esta manera, ya no sólo los grandes conglomerados tenían acceso a la televisión, sino personas más bien normales pero con recursos, como organizaciones gremiales y patronales, que se sumaron al fenómeno televisivo

para ponerlos a disposición de grupos sociales. Los restaurantes y casas comerciales instalaron también televisores, los cuáles recaudaban dinero por entrada o bien cobraban un costo adicional debido a que contaban con televisión.

Muchos con este mundial tuvieron su primera experiencia o cercanía televisiva, dándose en un contexto grupal ya que se juntaban en diferentes escenarios donde transmitían los partidos.

De acuerdo a Hurtado (1989, p.87), "el Mundial de Fútbol hace patente el importante rol que puede jugar la TV, al concentrar la atención pública sobre este nuevo medio, por un lado, y al sortear la TV con éxito la prueba, satisfaciendo de este modo una necesidad valorada en la sociedad", porque desde ese momento, la televisión se ha ido incorporando rápidamente en los hogares chilenos.

2.1.7 CANALES ACTUALES DE LA TV ABIERTA CHILENA

-Canal 13: Los comienzos de la estación se remontan a una transmisión universitaria el 21 de agosto de 1959, por estudiantes de la Universidad Católica, a cargo del ingeniero Pedro Caraball. Esa primera emisión tuvo un alcance de 4 kilómetros aproximadamente. Sin duda, "uno de los hitos fundamentales de los primeros años fue la cobertura al Mundial de Fútbol de 1962, ejecutada con sólo cuatro cámaras, suficientes para hacer historia en los medios de comunicación local". ("Nuestra Historia," n.d.). Canal 13 fue un canal pionero en cuanto a tecnología, porque es el primero en contar con un área de prensa totalmente digitalizada y también el primero en poseer un estudio *Full High Definition* en la televisión abierta. A partir de noviembre del año 2010, Canal 13 tuvo un cambio en su propiedad y actualmente pertenece en un 67% al empresario Andrónico Luksic y en un 33% a la Pontificia Universidad Católica de Chile ("Nuestra Historia," n.d.).

-Televisión Nacional de Chile (TVN): La necesidad de crear un canal perteneciente al gobierno de Chile era un gran desafío. El entonces Presidente de la República, Eduardo Frei Montalva, quiso enfrentar el reto creyendo en la existencia de la televisión pública de cobertura nacional. En 1964 se da inicio a transmisiones experimentales por medio de la red troncal de telecomunicaciones creada por el Estado y en 1968 ya existe una cobertura de todo el territorio nacional con transmisiones experimentales, siendo el 18 de septiembre de 1969 el día en que "TVN inicia sus transmisiones permanentes, desde una antigua casona del centro de Santiago". ("Historia de TVN," n.d.). Ese mismo año se creó del primer centro regional en la ciudad de Punta Arenas, llamado Red Austral y en el año 1970, TVN se traslada a su nueva y actual ubicación en Avda. Bellavista 0990, Barrio Bellavista, Providencia, Santiago. Es en este período donde es definido como un canal estatal, dependiente del gobierno. En 1986 TVN es la primera estación en transmitir su programación vía satélite a toda la red nacional y en 1989 nace la Señal Internacional de TVN, llegando a toda Latinoamérica. El 8

de abril de 1992 se Promulga la Ley 19.132, que determina a TVN como un canal público, autónomo, pluralista e independiente y que debe cumplir con la misión de la televisión pública y autofinanciarse. El Directorio de este canal está conformado por siete personas, donde el presidente es nombrado por el Presidente de la República, que sugiere al resto de miembros que componen el Directorio, los cuales deben ser aprobados por el Senado. Esto para representar los distintos sectores de la sociedad chilena (“Historia de TVN,” n.d.).

-Chilevisión (CHV): Fue fundado en 1959 por la Universidad de Chile y es uno de los canales más antiguos del país. Anteriormente su señal era la del Canal 9. Su primera transmisión fue el 4 de noviembre de 1960 de forma experimental, que con el aporte del Estado salía al aire todos los días viernes durante 60 minutos, pero no fue hasta el Mundial de Fútbol que comenzó a masificarse. En abril de 1980 alteró su señal al 11 y cambió su nombre a Teleonce, tiempo donde se desarrollaron espacios que marcaron historia en la televisión chilena, ya que se emitió el primer magazine matinal y formatos que estaban dirigidos a jóvenes y niños. A fines de marzo de 1991, se transforma en Red de Televisión de la Universidad de Chile, RTU y, se diferenció por programas deportivos, de actualidad, debate y cultura. En 1993 se transformó en Sociedad Anónima y vendió el 49% de acciones al consorcio televisivo venezolano Venevisión. El 1 de octubre de 1993 obtiene el nombre de Chilevisión S.A y en 1994 ya tiene una cobertura nacional. Un año después Venevisión es dueña de casi la totalidad de las acciones, ya que la Universidad de Chile vendió el 99% de las propiedades. Chilevisión entre los años 1999 y 2001 tuvo diferentes fusiones el primero se produjo cuando formó parte de Iberoamerican Media Partners, conformado por Cisneros Televisión Group y Hicks Muse, Tate and Furst, y el segundo "de las Empresas Iberoamerican Media Partners; Cisneros Televisión Group y El Sitio, para la formación de una nueva compañía denominada Claxson Interactive". (“Historia,” n.d.). Luego el 15 de abril de 2005, Bancard Inversiones Limitada e Inversiones Bancorp Limitada son los nuevos accionistas, ya que Claxson les

vendió el 100% del capital accionario de Red De Televisión S.A. En octubre de 2010, la estación es operada por Turner Broadcasting System Latin America, Inc. una subsidiaria de Time Warner (“Historia,” n.d.).

-Mega: Comenzó sus transmisiones el 23 de octubre de 1990, convirtiéndose en la primera red televisiva de carácter privado en Chile, “atreviéndose a dar un paso importante en esta compleja y apasionante industria: ser la primera empresa de comunicaciones en responder al desafío de la televisión privada en nuestro país” (“Canales-Mega,” n.d.), después de que su fundador se concediese la licitación pública del extinto canal 9 estatal, utilizando la misma frecuencia. Creado con el nombre de Megavisión, fue controlada desde sus inicios por Comunicación, Información, Entretención y Cultura S.A (CIECSA), que era una empresa filial del Grupo Claro. A fines de 1991, Televisa se quedó con el 49% del canal. En 1994 el canal empezó a consolidarse, a pesar de las pérdidas acumuladas durante los primeros años, acomodándose en el tercer lugar. El 27 de diciembre de 2011, el Grupo Claro vendió el 100% de la televisora a Bethia, en una operación estimada en un valor igual o inferior a USD\$150 millones. En el año 2001 y en su 11º aniversario como canal, se cambia la imagen corporativa y el nombre, que pasa de Megavisión a Mega.

-La Red: Llamado inicialmente Red Televisión, es un canal de tipo privado que nació en mayo de 1991, pero “hasta abril de 1999 fueron varias las administraciones que pasaron por esta estación. Fue un período de partida y también de experimentación. Aunque el canal marcó pautas, la inestabilidad financiera hizo que colapsara y se encontrara en muy mal pie a principios de 1999”. (“La Red,” n.d.). Ese mismo año, la casa televisiva es adquirida por el Holding Albavisión, cuyo dueño es el empresario Ángel González. Esta nueva administración logró una estabilidad económica que dio pauta para la producción de nuevos espacios televisivos. Sus instalaciones se encuentran en un complejo en la Avda. Quilín en Macul desde 2014, ya que anteriormente arrendaron por más de 20 años estudios adyacentes a Chilefilms en Avenida Manquehue Sur. El

día 9 de marzo de 2010, Red Televisión pasa a llamarse La Red y en agosto de 2011 lanza su señal online www.lared.cl. En la actualidad el canal mantiene el quinto lugar de audiencia, pero su sintonía se ha logrado empujar sobre los 2 y 3 puntos de rating e incluso ha logrado obtener altos índices de audiencia, consolidándose en la televisión abierta ganando espacios entre los más importantes auspiciadores y agencias del país (“La Red,” n.d.).

-Telecanal: Es el canal más moderno en Chile y nace como una estación tecnológica en la cual prima la eficiencia e innovación. Inicia sus transmisiones el 6 de diciembre de 2005 en las instalaciones del World Trade Center, en pleno centro de Santiago. En las primeras transmisiones era mayoritariamente material importado y envasado como películas, series, teleseries entre otros, y en la medida que el canal ha tenido más tiempo se han integrado programas en vivo. Dentro de los hitos de canal, “Telecanal es el primero en operar con equipos robóticos y que para su operación total cuenta solamente, con 40 personas”. (“Historia,” n.d.). Telecanal ha sido el primer canal en recibir elementos comerciales a través de FTP (Internet) abaratando costo y tiempo. En cuanto a sintonía, en el año 2013 finaliza con un rating anual de 0,43 puntos, siendo superado por UCV (que alcanzo un 1,3 de sintonía anual), convirtiéndose así en el canal menos visto de la televisión chilena (“Historia,” n.d.).

2.2 CAPÍTULO II: TELEVISIÓN Y NIÑOS

2.2.1 LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN NIÑOS Y ADOLESCENTES

La televisión entrega mensajes e información a los niños todos los días durante varias horas. En Chile, según un estudio del CNTV (2013), el promedio de horas diarias que pasan los niños entre 4 y 12 años frente al televisor es de 1,5 horas.

Gilabert (1994, p.33) señala que “la televisión, por sus propias características, tiene una relevancia especial como configuradora de la sociedad, los medios de comunicación, en general, son los nuevos espacios y protagonistas (llamados ‘escuelas paralelas’) de la socialización de menores”. De manera que, tanto niños como adolescentes, están en mayor contacto con la televisión, incluso según Morduchowick (2010) hay mayor compenetración y atención hacia la televisión que hacia los mismos profesores, según las visiones más apocalípticas.

Cebrián (1995) señala que el niño está expuesto a la televisión en su hogar desde sus primeros pasos, conociendo la realidad y el mundo exterior, en primera instancia a través de imágenes y sonidos y luego por percepción directa. Pérez (1994, p.35) por su parte, señala que “usamos la televisión tras un aprendizaje complejo –y poco conocido- que se inicia con el primer contacto con la pantalla y dura años. Es un aprendizaje silencioso, no consciente y que, en consecuencia, no nos ayuda ni a comprender mejor el medio ni a usarlo de un modo creativo”.

La investigación sobre la influencia de la televisión en el desarrollo infantil y juvenil abarca un enorme campo y lógicamente hasta el día de hoy no se han estudiado todos los ámbitos con la misma preocupación e intensidad, “los efectos de los medios se han investigado en general desde los focos de atención clásicos [...] en que las ciencias sociales deben de obedecer a las preocupaciones de la sociedad y aplicar su esfuerzo a proporcionar respuestas a las preguntas de éstas”. (del Río, Álvarez, del Río, 2004, p.42). Los autores señalan que el niño que crece en un mundo en desarrollo va acumulando cambios y debe reconstruir lo humano en un mundo que no es el de sus padres, porque como decía la antropóloga cultural

Margaret Mead (1971), citada por del Río et al. (2004, p.16), “los niños son como emigrantes en el tiempo que, por la fuerza de la mutación cultural, se desarrolla en una cultura distinta a la de sus padres”.

Según los autores John (1999), Kunkel (2001) y Wilson et al. (1997) citados por Fisch (2005), la mayoría de las discusiones acerca del efecto de la televisión en los niños se enfoca en los efectos negativos, principalmente en la presencia de violencia y publicidad persuasiva, pero es importante también reconocer que no todos los efectos de la televisión son negativos. El autor agrega que si se piensa que los niños aprenden lecciones negativas de la televisión, es lógico pensar que puedan aprender lecciones positivas, porque “el mismo medio a través del cual los niños aprenden información sobre los productos en los comerciales también debería permitirles aprender conceptos científicos en un programa educativo. Y el mismo medio que pueden influir en los niños a actuar de manera más agresiva también debe ser capaz de motivar”.¹(Fisch, 2005, p.10).

Mares y Woodard (2001) citados por Fisch (2005) señalan que numerosas investigaciones han concluido que el uso de programas de televisión prosociales produce cambios positivos significativos en el comportamiento social de los niños, demostrando que los efectos positivos de la televisión prosocial y los efectos negativos de la televisión violenta tienden a ser casi igual de fuerte. Fisch (2005) agrega que los efectos de la televisión prosocial son: aumento de las interacciones positivas en general, altruismo, cooperación, control de sí mismo y reducción de estereotipos.

La mayoría de los estudios de este tipo se concentran en estudios de niños en edad pre-escolar. Sin embargo, según Fisch (2005) en una investigación sobre estereotipos que se realizó con niños de nueve a doce años, los investigadores Johnston y Ettema (1982) encontraron reducciones significativas en los

¹ Traducción inglés- español de la cita realizada por las autoras del seminario, en ausencia de traducción oficial del paper.

estereotipos de género entre los niños que observaron veintiséis episodios de la serie “Freestyle”. Los efectos fueron más fuertes cuando lo observado por los niños se combinó con debates en clase entre ellos y sus profesores.

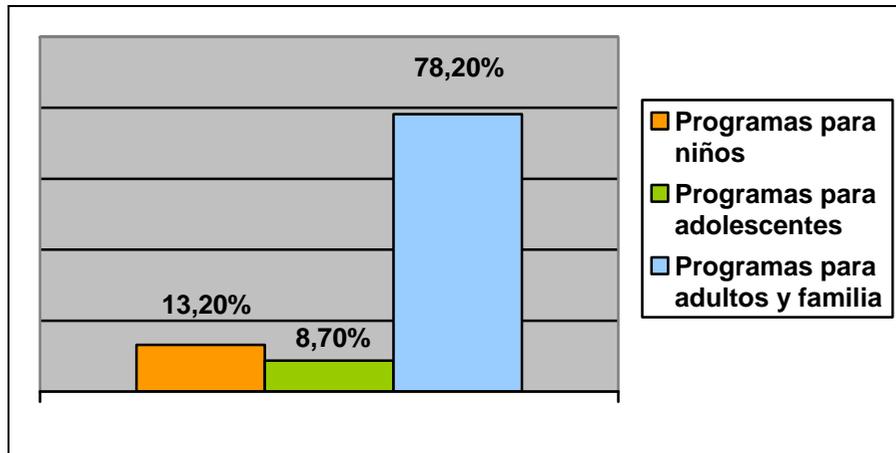
El cambio cultural que estamos experimentando actualmente, con el creciente protagonismo de los medios de comunicación ha creado nuevos entornos humanos tanto de vida como de imaginación. La televisión junto a la escuela son hoy en día los dos hechos culturales a los que el niño dedica la mayor parte de su tiempo, construyendo un eje central en su desarrollo, situación cuestionada por los que crecieron hace cincuenta años, donde el televisor ocupaba un lugar secundario y solo era un simple artefacto de ocio (del Río et al., 2004). El autor agrega que el contexto de desarrollo de los niños de las generaciones actuales, está experimentando cambios culturales trascendentales para su construcción personal.

Debido al nuevo papel que ocupa la televisión, varias han sido las iniciativas para comprender este fenómeno. Según del Río et al. (2004), más de treinta años de investigación y de creación experimental de programas de televisión infantil han permitido comprender mejor el factor central de desarrollo, que indica que no se puede mantener como un simple componente del mercado del ocio y entretenimiento, porque “para bien o para mal, la televisión es uno de los grandes educadores, enculturizadores, de la nueva infancia [...]. Se hacen pues necesarias la valoración, la reflexión y el debate sobre su influencia, como condición para iniciar la actuación constructiva”. (del Río et al.,2004, p.16).

Un estudio del CNTV (2010) sobre el consumo de programas de televisión abierta chilena en niños entre cuatro y doce años de edad, arrojó que esta franja etaria consumió durante todo el año 2010 solo un 13,2% de programas segmentadamente dirigidos a ellos; un 8,7% de programas dirigidos a adolescentes y un 78,2% de programas dirigidos a adultos y familia. El bajo consumo infantil de programas realizados para niños, según el análisis del CNTV,

se relaciona con la baja oferta de programas infantiles en los canales abiertos chilenos, que corresponde a un 13.0% (Fuenzalida, 2012).

Gráfico 9: Consumo programático infantil 2010



Elaboración propia con información del CNTV 2010.

En la Televisión Abierta existen franjas horarias con programas especialmente para niños, pero sin embargo no existen canales dedicados a ellos como en el cable o televisión de pago. Fuenzalida (2012, p.5) señala que los niños como telespectadores “están construyendo en sus mentes y en sus afectos la percepción que el ‘nicho de la televisión infantil’ está en el cable”.

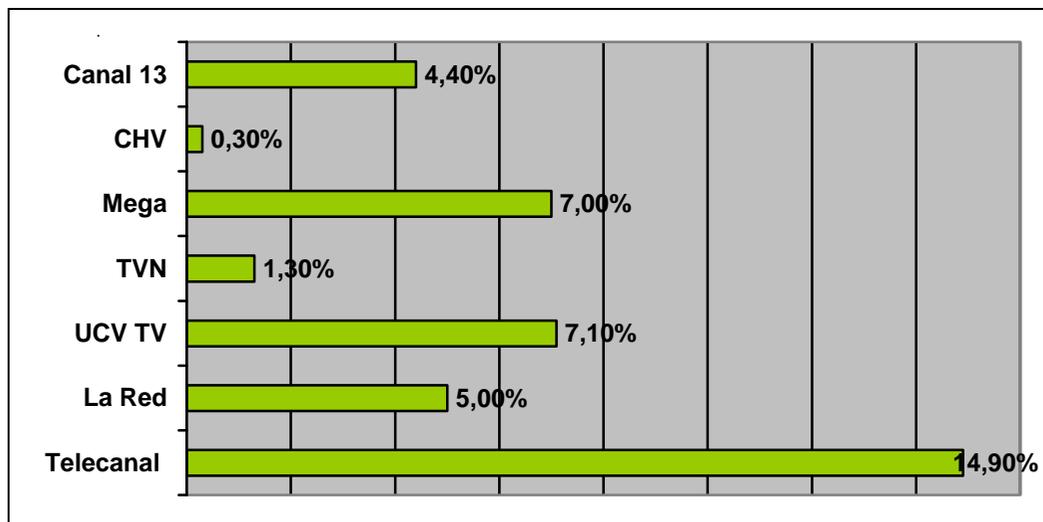
La relación de la infancia y la televisión está siendo objeto de abundantes estudios. En Chile, la mayoría de investigaciones al respecto han sido impulsadas por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV).

Destacan estudios como el Anuario Estadístico Oferta y Consumo de Programación TV Abierta realizado cada año por el CNTV, donde se dio a conocer, entre otras cosas, que la oferta programática durante el año 2012 estuvo destinada a un público familiar y adulto, mientras que la programación infantil alcanzó solo un 8,6% de la oferta programática general, presentando una baja de

casi 3 puntos entre los niños de entre seis y doce años, en relación al año 2011, “en la que participaba en un 11,2% de la oferta total. Esta baja es aún más relevante cuando se establece como una tendencia negativa que se viene dando desde el año 2010, en que la programación infantil participaba de un 13% del total”. (Montenegro, 2012, p.17).

En el año 2013 de acuerdo al Anuario Estadístico, el canal que mayor oferta programática presentó para niños de entre seis y doce años fue Telecanal, seguido por UCV TV (CNTV, 2013).

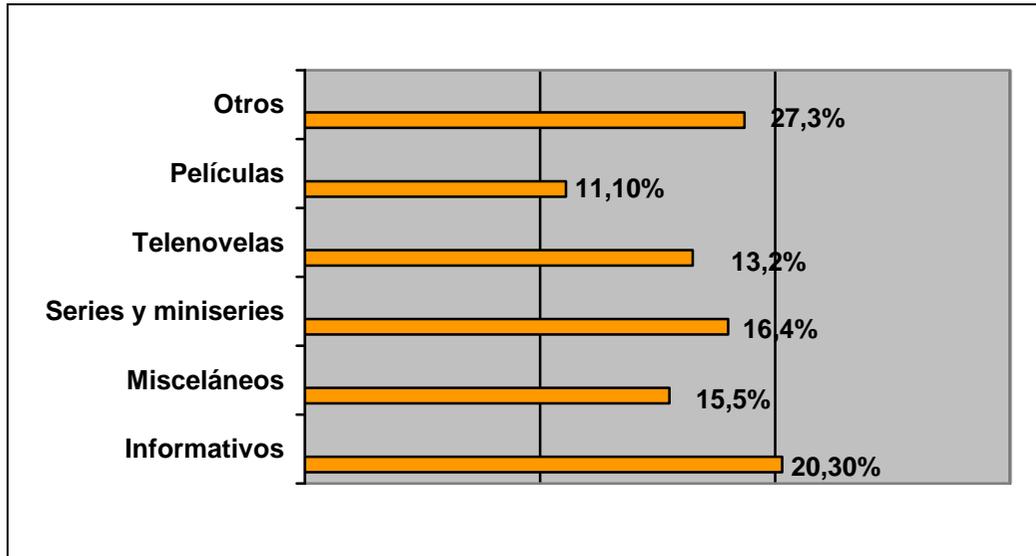
Gráfico 10: Programación infantil por canal (Niños de 6 a 12 años)



Elaboración propia con información del “Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de TV Abierta”, 2013.

En el informe también se señala que el consumo televisivo de niños entre 4 y 12 años se concentra principalmente en informativos, series y miniserias y telenovelas, con un promedio de consumo de 554 horas por persona.

**Gráfico 11: Consumo televisivo según género
(Niños de 4 a 12 años)**



Elaboración propia con información del “Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de TV abierta”, 2013.

En el Anuario Estadístico se indica también que un 72,4% de personas entre 13 y 17 años ve televisión en horario para todo espectador, mientras que un 27,6% lo hace en horario nocturno. En el caso de los niños entre 4 y 12 años, el 77,5% ve en horario para todo espectador y el 22,5% en horario nocturno. El consumo diario de televisión es de 1,5 horas en el caso de los niños entre 4 y 12 años y 1,9 horas en los adolescentes entre 13 y 17 años.

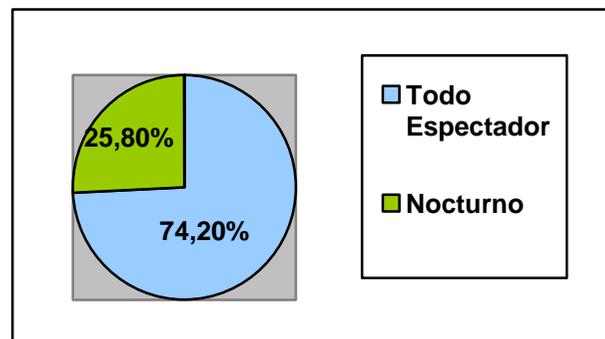
En el caso del consumo televisivo desde otras plataformas, el 34% declaró haber visto televisión por Youtube, el 15% a través de los sitios de los canales en internet, el 10% a través del celular y 57% declaró que no usaba otra plataforma para ver televisión (Montenegro, 2012).

Souza (2012) en un estudio sobre el consumo infanto-juvenil señala que la oferta programática infantil en televisión abierta es escasa y que el consumo de

programas entre niños de 4 a 12 años en televisión abierta “se concentra, en primer lugar en noticiarios, en segundo lugar, misceláneos (que incluyen los programas juveniles); en tercero, series y miniseries, luego teleseries y en quinto lugar, películas”. (Souza, 2012, p.3).

La autora agrega que el 74,2% del consumo de los niños entre 4 -12 años se realiza durante el horario para todo espectador, antes de las 22:00 horas, pero el 25,8% restante es en horario nocturno, para adultos.

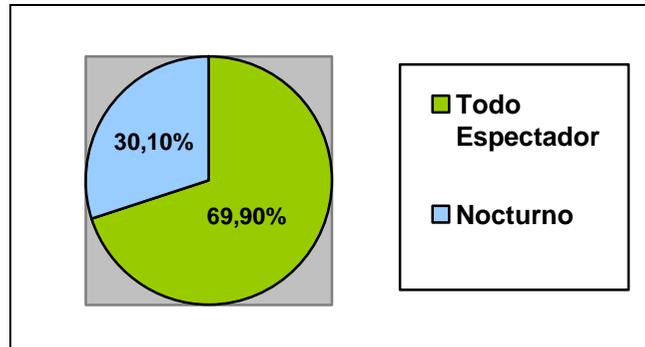
**Gráfico 12: Consumo televisivo según horario
(Niños entre 4-12 años)**



Elaboración propia con información de Souza 2012.

Siguiendo con el mismo estudio, el consumo televisivo por parte de los adolescentes de 13 a 17 años es similar al de los niños, pero presenta variaciones. En primer lugar, “se concentra en noticiarios, luego misceláneos, en tercer lugar telenovelas, en cuarto, series y miniseries y en quinto lugar, telerrealidad. Es decir, los adolescentes consumen menos ficción que los niños”. (Souza, 2012, p.3). Según la autora, en el caso de los adolescentes, el consumo de programas pasadas las 22:00 horas aumenta, alcanzando un 30,1% y el consumo en horario para todo espectador llega a 69,9%.

Gráfico 13: Consumo televisivo adolescentes



Elaboración propia con información de Souza 2012.

Souza (2012) señala además que en el caso de Santiago y enfocándose en niños y adolescentes de entre 9 y 16 años, los niños tienen a su disposición una gran cantidad de medios propios. De una muestra de 401 casos se constató que el 80% de los niños y jóvenes presentan televisión en sus dormitorios, un 63% tiene cable en su dormitorio, un 62% tiene celular, un 52% computador y un 8% tiene un iPad.

Según una reseña del CNTV (2012) acerca de los niños y la televisión, la poca oferta de programas infantiles se refleja en el consumo de televisión abierta por parte de los niños, en horarios familiares y adultos. Del total de tiempo que dedican a ver televisión, casi un 24% lo destinan a programas pasadas las 22 horas, por lo tanto, están expuestos a contenidos que podrían ser perjudiciales para su formación. De acuerdo al informe, en el año 2011, los niños de entre 4 y 12 años aumentaron el consumo televisivo en el horario adulto, pasando de 21% el año 2010 a 24%, lo cual es preocupante ya que los programas más vistos en dicho horario fueron “Año Cero” (Canal 13), “Morandé con Compañía” (Mega), “40 ó 20” (Canal 13) e “Infiltradas” (CHV), todos ellos con un contenido exclusivamente para adultos.

En otra reseña desarrollada por el CNTV (2013) se habla acerca de las conductas que pueden aprender los niños viendo programas infantiles. Los programas analizados fueron “Phineas y Ferb”, “Los Pingüinos de Madagascar”, “Hey Arnold” y “31 Minutos”, donde se estudió la presencia de factores que contribuyen al desarrollo cognitivo y moral en los niños entre 6 y 12 años. En general, las etapas comprendidas en el análisis del desarrollo cognitivo, corresponden al periodo de operaciones concretas donde los niños alcanzan la capacidad de realizar operaciones mentales para resolver problemas. Las etapas del desarrollo moral abordadas en el estudio son “aquellas que ponen en juego las reglas, las expectativas y las convenciones de la sociedad. Actúan con buenas intenciones y se preocupan de los demás. Son capaces de establecer relaciones de gratitud, lealtad y confianza; reconocen la empatía, es decir la importancia de los sentimientos de los otros”. (CNTV, 2013, p.1).

En el estudio, se señala que los programas infantiles analizados presentan la orientación al desarrollo cognitivo, pero que “31 Minutos” fomenta ambos tipos de conductas de forma más equilibrada, destacando el desarrollo moral de los niños y enfocándose “en elementos que aportan al desarrollo de las relaciones interpersonales, a partir de conductas donde los personajes respetan las normas moralmente establecidas tales como: no robar, no matar, no mentir, no engañar y respetar a los demás, y se observan algunas conductas que promueven valores intrínsecos del ser humano, como la igualdad”. (CNTV, 2013, p.2).

Los resultados del análisis señalan que estos programas se enfocan en apoyar el desarrollo infantil y las situaciones que los niños enfrentan en su vida cotidiana. La etapa en la cual se encuentran los niños analizados en este trabajo se describe como “una construcción fluctuante y dinámica que no se da de manera aislada, sino en relación con otras personas. La importancia de la televisión es que puede mostrar ejemplos de estas relaciones, que sirven de modelo de interacción entre el niño y su medio y que le permite aprender ciertos comportamientos y valores”. (CNTV, 2013, p.2).

De acuerdo a Souza (2012) un 43% de niños y adolescentes ha visto televisión por otras plataformas, mediante Youtube principalmente. La cifra “se asocia al género de los niños, donde la mayor tendencia la evidencian las mujeres; la edad, en particular a partir de los 11 años; y el estrato socioeconómico de los hogares, que incide en el acceso tecnológico de los menores”. (Souza, 2012, p.5). La autora agrega que las razones a las que acuden los niños para ver televisión por otras pantallas que no sea el televisor, son principalmente el hecho de poder ver televisión en el momento que deseen y donde quieran hacerlo, por ejemplo mediante el celular, además del hecho de poder burlar el control parental.

Otro tema nombrado en esa investigación se centra en la representación que hace la programación televisiva de la sociedad. Diversos estudios del CNTV apuntan a que tanto niños como adolescentes consideran que la televisión entrega una imagen estereotipada de la niñez y la juventud, “muchas veces como objeto de noticias en las que aparecían como víctimas de enfermedad, violencia y desgracia; o bien como problemáticos e incluso delincuentes. En opinión del segmento, los niños y los jóvenes escasamente aparecían en pantalla como personas con propuestas e iniciativas”, (Souza, 2012, p.7). La autora señala que la audiencia infanto-juvenil ve a los jóvenes de los programas juveniles como “personas conflictivas; creídas/narcisistas; y rebeldes que viven una vida ajena a la suya y donde lo positivo se centra en sus características físicas”. (Souza, 2012, p.8).

Tanto niños y adolescente criticaban la forma en que la televisión los retrataba, pero por la importancia que se le asigna a la televisión como reflejo de la sociedad, también querían ser visibilizados por ella.

En otro estudio del CNTV (2012) acerca del consumo televisivo e imagen de los niños en televisión, a partir de la técnica de grupos focales con niños y adolescentes de entre 10 y 14 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos medio alto y alto, medio bajo y bajo, se llegó a las siguientes conclusiones:

-En todos los hogares de los niños estudiados existe más de un televisor, ubicados ya sean tanto en el living como en los dormitorios, especialmente los adolescentes dijeron tener un televisor en su habitación. Los más pequeños en general durante el día ven televisión en los espacios comunes y en las noches en sus dormitorios, en cambio los adolescentes mayormente lo hacen en sus dormitorios.

-La televisión es vista por los niños como una forma para entretenerse y relajarse después de la jornada escolar u otras actividades, ocupando gran parte del tiempo. Hubo niños que declararon ver televisión desde que llegan del colegio hasta las 12 de la noche. Los adolescentes que afirman ver televisión hasta altas horas de la noche sin supervisión por parte de sus padres, son principalmente aquellos que tienen televisor en sus dormitorios.

-La televisión se presenta como telón de fondo cuando los jóvenes televidentes realizan otras actividades y generalmente los niños y adolescentes ven televisión solos y comparten con su familia el visionado de noticias y fútbol en el caso de los hombres.

-Niños y adolescentes “afirman ver televisión en el teléfono móvil y el computador, tecnologías que se han transformado en nuevas plataformas para visualizar esos contenidos, siendo Youtube el sitio más importante”. (CNTV, 2012, p.6). El consumo multipantalla es más habitual en los adolescentes, principalmente para ver capítulos que se perdieron, ver otros puntos de vista o ver tele en la noche.

-Tanto niños como adolescentes orientan sus preferencias televisivas hacia programas de entretención, de relaxo y de humor y “bajo estas premisas, cubren un abanico amplio de géneros, por un lado la ficción, con series y telenovelas y por el otro, programas misceláneos en vivo y tele-realidad”. (CNTV, 2012, p.8).

-Los niños tienen tendencia a ver programas no dedicados a ellos, sino a jóvenes y adultos. Son grandes consumidores de televisión abierta. Los adolescentes, en cambio, saben distinguir los programas de televisión abierta dirigidos a ellos y los

consumen, pero también ven programas para adultos y al tener mayor conocimiento de la televisión por cable, se les abre un abanico de programas en su dieta televisiva.

-Entre las preferencias televisivas de niñas y adolescentes están las series juveniles como “Hannah Montana” y “Friends” respectivamente, ambas emitidas principalmente por la señal de cable. En segundo lugar le siguen las teleseries y series de la televisión abierta como la telenovela Abismo de Pasión. Tanto niñas como adolescentes declaran ver de forma habitual los reality shows. En este estudio se observa además que tanto las niñas como las adolescentes de los estratos sociales más altos ven mayormente programas de la televisión pagada, mientras que los de los estratos más bajos ven más televisión abierta.

-En el caso de los hombres, sus preferencias se inclinan a programas humorísticos y con contenido erótico, ya sea de la televisión abierta o de pago, por ejemplo “Morandé con compañía”, “Infieles” y “Playboy”. Los niños y adolescentes a la hora de elegir qué ver, tienen como influencia a las personas con las que se relaciona directamente como sus amigos y a las redes sociales.

-En general, tanto niños como niñas declaran tener algún tipo de restricción de horarios y programas que son considerados para adultos, pero que ellos igual ven televisión hasta tarde solos y afirman no ser castigados. Los adolescentes por su parte, en general dicen no tener restricción por parte de sus padres.

-Tanto niños como adolescentes dicen tener estrategias para burlar el control parental, principalmente el uso de nuevas tecnologías y u otras prácticas como poner en volumen bajo el televisor.

-En general los niños y adolescentes no se identifican con sus pares que aparecen en televisión, en especial en la televisión abierta y tienen una posición crítica al respecto. No se sienten reflejados y desean ver personas más reales, más parecido a ellos en televisión. Las niñas y adolescentes se muestran con una actitud crítica en cuando a la preocupación de la imagen corporal que se

muestran en algunos programas de televisión. Por su parte, a los niños no parece molestarles esto, pero critican el hecho de que se maltrate a aquellas mujeres que no cumplen con el estándar físico exigido en la televisión y también consideran a las mujeres que muestran en la televisión como un mal modelo para la audiencia femenina.

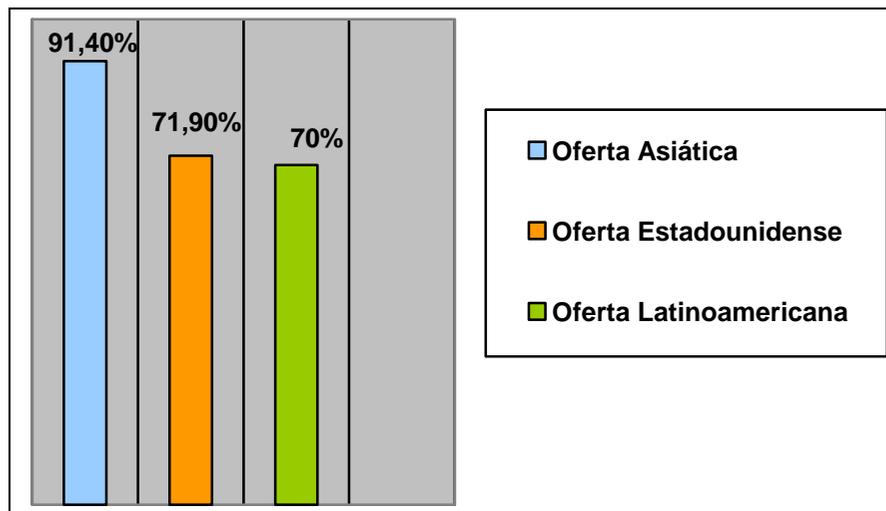
-Según el estudio, generalmente tanto los padres como los profesores no orientan el consumo televisivo de niños y jóvenes.

En el informe sobre padres y regulación televisiva elaborado por el CNTV (2012) se da cuenta de la importancia que dan los padres a los contenidos de la televisión, quienes se muestran preocupados frente a lo que pudieran llegar a ver sus hijos, en particular tratándose de la televisión abierta en horario para todo espectador. Les preocupa que ciertas temáticas puedan influir en la formación de sus hijos, de forma negativa. Para los padres la televisión “como espacio público y socializador de normas y relaciones sociales debería ser un apoyo para el desarrollo de niños y adolescentes, situación que hoy en día no observan. Al contrario, en su percepción, la televisión pareciera cuestionar el rol formativo que los padres tienen con sus hijos”. (CNTV, 2012, p.19). Los padres identifican en la televisión principalmente contenidos violentos, erotismo y modelo de la mujer poco ejemplificadores, además de lenguaje inapropiado.

Fuenzalida (2011) citado por Souza (2011, p.5) señala que “el acceso a programación inadecuada para cada etapa de desarrollo puede provocar problemas conductuales en los niños por cuanto estos no han sido realizados con formas audiovisuales diseñados para ellos”. La investigación experimental de acuerdo a Florenzano y Molina (1999) citados por Souza (2011, p.5) “ha puesto de manifiesto que los contenidos son inadecuados cuando no están acorde con la edad del niño e incluso pueden ser perjudiciales, en particular cuando contienen violencia, erotismo, temáticas que escapan de la comprensión y la madurez emocional de los niños y cuando se usa cierto tipo de publicidad”.

En un informe del CNTV (2007) sobre la programación infantil en la televisión chilena se mostraba una fuerte preeminencia de dibujos animados y producciones de origen extranjero. Según procedencia y enfocándose en los contenidos violentos, la mayoría de los programas que presentaban este tipo de contenidos eran de origen asiático, seguidos por la oferta estadounidense y latinoamericana. De lo analizado, el 56,9% de los programas presenta lenguaje inadecuado, principalmente en la televisión abierta.

Gráfico 14: Oferta televisiva extranjera con contenidos violentos



Elaboración propia con información del CNTV 2007.

De acuerdo al mismo estudio, un 64,6% de los programas presenta conductas disruptivas, como conductas irrespetuosas y manipulación y un 51,5% de los programas presentan algún contenido educativo, orientados a desarrollar y fortalecer habilidades sociales y emocionales. En el estudio se destaca que los mayores porcentajes de programas de alta valoración se observan entre las producciones nacionales y canadienses.

De acuerdo a un estudio desarrollado por miembros del CNTV, McCaan Erickson y la Junji (2007) las estructuras y dinámicas de las familias son las que condicionan la lectura e interpretación de los contenidos que hacen tanto las familias como los niños sobre los diferentes mensajes que emiten los programas de televisión. En el estudio sostienen que la presencia del padre o la madre mientras sus hijos ven algún programa crea la posibilidad de revertir el mensaje entregado por los programas, pero las condiciones de pobreza de algunas comunas del país “en muchas ocasiones dificultan, impiden o aumentan que uno de los padres tenga [...] la disposición a cambiar de programa cuando éste no es el adecuado para sus hijos, así como tampoco disponen con frecuencia de tiempo, energía ni conocimientos respecto a lo importante que resulta ser, que ellos estén presentes activamente compartiendo un programa de TV con sus hijos”. (Souza et al., 2007, p.62). Es en ese punto que los “programadores tienen, en muchos casos, en sus manos el efecto de la televisión en los niños. En especial los niños pobres son quienes ven en la TV, no sólo una forma de entretenerse sino una forma de ‘engañar’ o mitigar su dolor y sus carencias. La TV, entonces, crea ‘diferentes oportunidades a las diferentes infancias’”. (Souza et al., 2007, p.62).

Elgueta et al. (2013) realizaron un estudio cualitativo en la ciudad de Concepción, Chiguayante y San Pedro de la Paz, en el que con grupos de discusión de 125 escolares de entre 8 y 10 años de establecimientos educacionales privados, subvencionados y municipalizados, profundizaron sobre las razones de los gustos y preferencias televisivas por parte de los niños. Además de la identificación con algunos valores involucrados en los contenidos televisivos.

En el caso de los alumnos de colegios municipalizados, estos ven una mayor cantidad de televisión que los de colegios particulares o subvencionados y no siempre lo que ven es acorde a su edad, sino que ven principalmente telenovelas, series y estelares. En los colegios subvencionados los niños les dan prioridad a sus tareas antes que la televisión, por lo que su consumo es menor, pero

igualmente están expuestos a la programación para adultos. En el caso de los colegios particulares, los niños ven menos televisión porque tienen la posibilidad de realizar otro tipo de actividades tanto dentro como fuera del colegio, además tienen mayor acceso a nuevas tecnologías como los celulares. Tanto estudiantes de colegios municipales como particulares declaran ver televisión solos, en cambio los niños de colegios subvencionados ven acompañados ya sea de sus padres u otras personas.

En los tres establecimientos el programa infantil preferido de la televisión abierta fue “Los padrinos mágicos”. La mayoría de los niños manejan y conocen los mismos programas, “sin embargo se presentaron algunas diferencias. Por ejemplo, El Chavo del 8 (el clásico y el animado) es mayormente visto por alumnos de colegios municipales y subvencionados, quienes lo ven en compañía de sus padres. A diferencia de los colegios particulares, en los que fue mencionado muy pocas veces”. (Elgueta et al., 2013, p.35).

Todos los niños que participaron del *focus group* dijeron ver programas que no están destinados para ellos, siendo el programa “Los Simpson” el más visto. La otra serie preferida por los estudiantes fue “Casado con Hijos”, que pese a que “todos los niños distinguieron conductas poco adecuadas en los personajes, sin embargo igualmente la consideraron dentro de sus favoritas”. (Elgueta et al., 2013, p.36).

La principal razón de los niños para ver televisión según Elgueta et al. (2013) es buscar entretención y sus personajes favoritos son aquellos que tienen un comportamiento absurdo. Se hace una diferenciación en cuanto a género en el caso de los programas y la violencia, ya que los niños prefieren dibujos con contenidos violentos o programas como la “WWF” y las niñas por su parte, prefieren las teleseries y consideran la violencia como un elemento negativo.

Los niños de los colegios municipalizados no tienen un mayor control por parte de sus padres a la hora de ver televisión, esto en cuanto a horas y contenidos. En el

caso de los alumnos de colegios subvencionados existe un mayor control por parte de los progenitores tanto en el tiempo que dedican sus hijos a ver televisión como en contenidos. En el caso de los niños de colegios particulares existe un control estricto, pero superficial (Elgueta et al., 2013).

Tanto los niños de colegios municipales como subvencionados relacionaron lo que aparece en la televisión con la vida real, en cambio los alumnos de colegios particulares dijeron no encontrar similitudes con la vida real y que lo que aparecía en la pantalla era ficción que solo servía para entretener. La mayoría de los niños reconocieron que la televisión produce algún efecto sobre las personas, pero lo atribuyeron a terceros y señalaron que ellos debían imitar los buenos ejemplos que aparecían en televisión (Elgueta et al., 2013).

En países como España también existen varios estudios en la materia, donde “la preocupación por una televisión infantil de calidad es una constante”. (Ortiz, Ruíz y Díaz, 2013, p.138). Este interés ha provocado que algunas cadenas televisivas se involucren en la investigación y construcción de discursos en pro de la infancia. Este es el caso de Televisión Española, desde ahora TVE, cadena de televisión pública y pionera de España, donde “han surgido más iniciativas en este sentido, aunque también desde las televisiones autonómicas se ha puesto de manifiesto una cierta preocupación por el tema”. (Ortiz et al., 2013, p.138).

TVE ha participado desde el primer momento de esta corriente. En el año 2004, organizó el Foro Nacional “Entorno familiar, menores, educación y televisión”, donde se presentaron dos decálogos de buenas prácticas de televisión, uno para los padres y otro para los niños. Estos decálogos fueron previamente elaborados en sesiones de trabajo junto a investigadores y profesionales del medio (Ortiz et al., 2013). Como conclusión, “los estudios de los expertos demostraban que el consumo infantil de televisión se concentraba mayoritariamente durante la noche, cuando se programaban contenidos inadecuados para su edad”. (Ortiz et al., 2013, p.140).

Los autores proponen una reflexión en conjunto entre la televisión pública y la universidad “para la reformulación de los contenidos del canal «Clan» de TVE en aras de convertirlo en un auténtico canal educativo y de experimentación dirigido a los menores y los adolescentes que justifique uno de los principales sentidos del servicio público de televisión: la educación y la formación de una ciudadanía crítica”. (Ortiz et al., 2013, p.143). De acuerdo a los autores, el canal Clan de TVE es un canal especializado en programación infantil, que existe desde el año 2005 y su emisión son las 24 horas del día en Televisión Digital Terrestre.

Una reflexión importante se puede encontrar en el trabajo realizado por del Valle (2006), quien indica que la televisión ejerce una gran influencia en la sociedad, consumida por los niños por cerca de dos horas al día, aún cuando los mensajes entregados por la televisión les resulten ajenos. Tanto niños como adolescentes ven programas dedicados a ellos en los horarios correspondientes, pero también ven televisión en horas que nos son precisamente de tramos infantiles. El comportamiento de los niños no debería ser desvinculado de momentos de ocio y hábitos sociales. Todo ello “lleva a considerar el influjo social de la televisión y la vinculación de ella con los menores; se trata de una reflexión pendiente dentro de un contexto en el que la oferta de programas y su consumo funcionan de acuerdo con pautas generales”. (del Valle, 2006, p.83).

En cuanto a la compañía de los niños durante el bloque destinado a los adultos, los datos indican “que –el 60% de los niños ve programas de televisión entre las 21 y las 00 horas, y entre las 00 y las 2:30; –22,3% los ven solos después de las 21; y –53,5% los ven con los hermanos; 70,6% con la madre; 60,8% con el padre; y 7,5% con otro familiar”. (CIS 2002, citado por del Valle 2006, p.88).

Del Valle (2006) nombra el Informe de la Kaiser Family Foundation de Milffin, donde se afirma que la televisión es el medio más extendido e influyente en la infancia. La autora señala que “se observa que el hábito de consumo televisivo es menos intensivo en la medida en que se acrecienta el nivel instructivo”. (del Valle,

2006, p.87). El Consejo Audiovisual Catalán confirma lo anterior al presentar los datos semanales, donde “la media de consumo es de 19 horas semanales, y es más prolongado el tiempo para niños y jóvenes con menos recursos”. (Consejo Audiovisual Catalán 2006, citado por del Valle 2006, p.87).

Del Valle (2006), al igual que otros estudios relacionados, señala que tanto tiempo delante de la pantalla es un indicador de que el tiempo que los niños dedican a ver televisión sobrepasa la banda horaria destinada a ellos, “por lo que en España los operadores concentran la oferta de programas infantiles entre las 7 y las 9 horas, y entre las 9 y las 13”. (del Valle, 2006, p.88).

Uno de los principales efectos de los programas de televisión es que muestra a los niños modelos de conducta que luego ellos llevan a la práctica en ciertas circunstancias, por lo tanto, la televisión se considera un agente socializador, que además de funcionar como fuente de entretenimiento, también funciona como fuente de aprendizaje. La televisión es un medio que configura la personalidad de los niños, sus mensajes mediáticos tienen una fuerza atractiva, llevando a los niños incluso a imitar en lenguaje y gestos a sus ídolos (del Valle, 2006). La imitación es más sensible en niños entre 11 y 12 años, que “expresan comportamientos violentos y agresivos de modo incontrolado, con explosividad, gestos y palabras de ira, amenazas o enfrentamientos físicos, agresiones a personas o animales, destrucción de bienes ajenos”. (del Valle, 2006, p.95).

García (2003) citado por del Valle (2006) señala que la televisión en la población infantil juega un papel determinante, porque las actitudes y valores predominantes en los programas infantiles se identifican con antivalores como la competitividad y el individualismo; usan la violencia para resolver conflictos y la estimulación del consumo y adquisición de cosas como una forma de satisfacer el deseo. Pero también, la solidaridad, cooperación, pacifismo, igualitarismo y búsqueda de realización personal, son valores muchos más frecuentes. En relación con el aprendizaje, del Valle (2006, p.85) señala que los programas de la televisión

transmiten a la audiencia infantil “mensajes que llevan al niño a considerar que pueden conseguir lo que desean. Toman como modelos de conducta a los personajes de la pantalla y se identifican con ellos: les gustaría ser iguales a los modelos que se mueven por fines violentos”.

Eron (1999) citado por del Valle (2006, p.94) afirma al respecto que “la exposición repetida a la violencia en televisión es una de las causas del comportamiento agresivo, el crimen y la violencia en la sociedad. La evidencia procede tanto de estudios realizados en laboratorios como en la vida real”. Señala además que la violencia en la televisión afecta a todos los niños sin discriminar sexo, edad ni clase social.

En cuanto a otros efectos, una visión más radical señala que los niños tienen un gran riesgo de sufrir retrasos y alteraciones en el desarrollo de la atención. La televisión de acuerdo a Sartorio (1998) citado por del Valle (2006, p.96) “suple la capacidad analítica y reflexiva implícita en el lenguaje abstracto escrito por una dependencia icónica de las facultades intelectuales y reflexivas que pueden conducir a su atrofia”, amenazando así la capacidad de razonamiento abstracto del niño al suplirlo por un pensamiento icónico.

Del Río y Román (2005) señalan que actualmente hay un desplazamiento en las actividades de las nuevas generaciones, principalmente debido a la influencia de la televisión en su formación, lo cual ha ido en aumento. Pero en muchos casos, los niños no hacen ejercicio por el entorno en el que viven, que muchas veces no es apto para que vayan por ejemplo a jugar a un parque cercano y como consecuencia, se quedan en sus casas viendo televisión. Ante situaciones como esa, no puede culparse exclusivamente a la televisión de la falta de ejercicio por parte de los niños. Otra observación que hacen los autores es con respecto a la lectura, donde señalan que también ha sido desplazada por la televisión, pero también hay otros factores que inciden en esto, “los niños que menos libros tienen en casa, o cuyos padres no leen con ellos ni les leen en voz alta, o fomentan la dedicación de un tiempo mínimo a la lectura, seguramente leen menos”. (del Río y

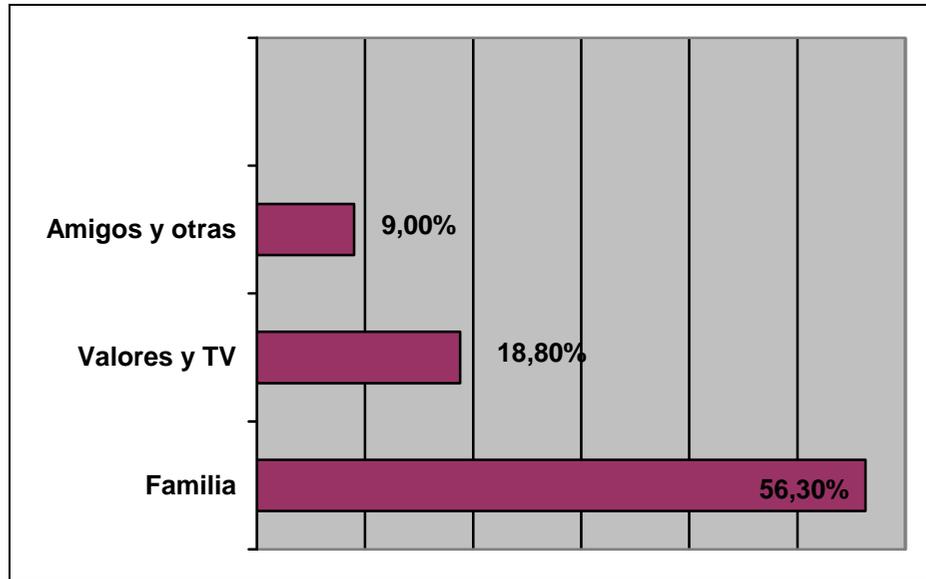
Román, 2005, p.17). Los autores señalan entonces la necesidad de diseñar un entorno diario, contextos y escenarios de la vida infantil para alcanzar sus mejores potenciales de desarrollo, además de definir estrategias para situar positivamente la televisión en ese entorno.

Marín et al. (2010) señalan que los programas de televisión emitidos durante la franja infantil y juvenil presentan principalmente series de ficción donde los protagonistas son tanto personajes reales como a animados. De acuerdo a los autores, son estos programas los que hacen actuar a los niños y jóvenes de una determinada manera. La televisión según Moral y Villalustre (2010) citados por Marín et al. (2010, p.350) “permite que los infantes a través de su programación puedan ‘perfilar estilos de vida, costumbres, estereotipos, normas y valores sociales muy concretos’ de ahí la posibilidad que nos brindan de potenciar su creatividad e indirectamente el juego simbólico propio de estas edades”.

Jakiwara (2012) en un estudio sobre los usos y costumbres de recepción televisiva entre jóvenes de entre 15 a 17 años, señala que el promedio de horas que pasan los jóvenes escolares frente a un televisor en sus ratos de ocio es de entre 1 y 3 horas, teniendo contacto tanto con mensajes e imágenes, que tiene más influencia que los contenidos emitidos por los programas. La autora señala además que los jóvenes de clase media y baja ven más horas diarias porque asisten menos horas al colegio en comparación con los estudiantes de colegios privados, que tienen otras posibilidades de diversión.

En el mismo estudio, Jakiwara (2012) señala que el 56.3% de los jóvenes dice que su familia ejerce mayor influencia en sus decisiones, el 18.8% dice que la influencia son sus valores y la televisión, el 9.0% dice que son sus amigos y la combinación de las otras categorías.

Gráfico 15: Influencia recibida por jóvenes de 15 a 17 años

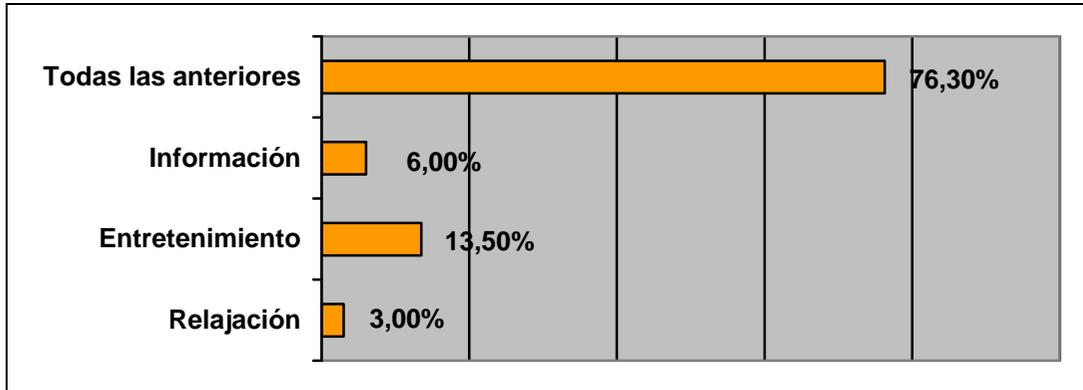


Elaboración propia con información de Tesis Doctoral “Los usos y costumbres de la recepción televisiva en los jóvenes escolares de Lima metropolitana y su evolución (1997-2010)”, 2012.

El 59,4% de los jóvenes encuestados ven sus programas porque están libres a esa hora, el 25,2% buscan estar libre a esa hora y el 2,6% los graban. El 4,1% de los jóvenes pueden ver televisión a esa hora porque sus padres no están en casa y un 7,9% es una combinación de las categorías anteriores. Los jóvenes por lo tanto ven televisión en sus ratos de ocio como una forma de relajarse. Cuando los adolescentes ven televisión por las noches es porque en el día van al colegio y en la tarde por lo general hacen sus tareas y además porque sus programas preferidos son emitidos en ese horario. Jakiwara (2012, p.163) señala además que “el consumo avanza conforme avanza las horas del día”.

La televisión según los jóvenes estudiantes encuestados en la tesis de Jakiwara (2012) les brinda relajación, entretenimiento e información principalmente.

Gráfico 16: ¿Qué les brinda la televisión?



Elaboración propia con información de Tesis Doctoral “Los usos y costumbres de la recepción televisiva en los jóvenes escolares de Lima metropolitana y su evolución (1997-2010)”, 2012.

Jakiwara (2012) señala que entre los valores negativos que los jóvenes encuestados encuentran en sus programas favoritos, la violencia el antivalor más frecuente. Por otra parte, “un grupo numeroso de jóvenes no encuentran ningún valor negativo en el programa que ven siendo mayor ésta actitud en estudiantes de colegios públicos que privados”. (Jakiwara, 2012, p.181).

Los estudiantes entrevistados ven en igual proporción televisión en familia que solos, lo que “no les permite comentar y socializar lo que ven inmediatamente, sino generalmente lo hacen en el colegio o con su grupo de amigos”. (Jakiwara, 2012, p.222).

Jakiwara (2012) señala además que el 85.0% de los estudiantes entrevistados no se identifican con ningún personaje de la televisión y solo el 10.0% de los estudiantes entrevistados se identifica con algún personaje.

En un estudio sobre las repercusiones de la televisión en la educación, Urra et al. (2000), citados por Peiró y Merma (2011), señalan que los psiquiatras infantiles que han estudiado el tema han encontrado que los niños pueden imitar la violencia que observan en la televisión, tornarse inmunes al horror de la violencia

y gradualmente aceptar la violencia como manera de resolver problemas, “la televisión puede ser una influencia muy poderosa en el desarrollo del sistema de valores, en la formación del carácter y en la conducta”. (Urra et al. 2000, citado por Peiró y Merma 2011, p.419). Los autores señalan además que los jóvenes pueden verse afectados incluso cuando en su entorno cercano no exista tendencia a la violencia.

En la televisión, la violencia se ve multiplicada y “el niño se acostumbra a la brutalidad y la ve como un ingrediente corriente: normal, de nuestra sociedad, cuando no lo es. Muchos contenidos que “enseñan” la violencia son una escuela de cómo matar, cómo vengarse, cómo extorsionar, incluso en sus detalles más repulsivos”. (Peiró y Merma, 2011, p.419).

Singer y Singer (1983), citados por Peiró y Merma (2011, p.422), dejan en evidencia otro aspecto importante sobre la influencia de la televisión en los niños, al comprobar que efectivamente que “la televisión influye negativamente sobre la personalidad en los tres dominios: cognitivo, afectivo y motor, pero que también esto se relaciona con el estilo de vida de la familia”. Al respecto, Caplan (1981) citado por Peiró y Merma (2011) señala que la televisión cultiva y hace aflorar los estereotipos, sin distinciones de sexo.

Por su parte, García (2003) citado por Peiró y Merma (2011) dice que no se deben despreciar los efectos positivos que tiene la televisión, que pueden ser abundantes si son cabalmente planeados. La televisión tiene efectos positivos en el niño, cuando se le enseña a verla, constituyendo así una excepcional fuente de conocimientos. Un buen diseño de la televisión, “al igual que los cuentos infantiles, o la novela, cultivan la imaginación, las capacidades valorativas y la relación entre las generaciones mediante la cultura. La razón es que el mito y otras realidades conllevan un componente afectivo que impide una vida anodina”. (Peiró y Merma, 2011, p.426).

Rosero (2008) en un estudio sobre la influencia de programas de televisión en el desarrollo de la inteligencia emocional entre niños de 4 a 5 años, señala que en Estados Unidos, Europa, Latino y Centro América existen diversos programas de televisión mundialmente sintonizados como “El Chavo del 8” y “Los Simpson”, “que han producido efectos colaterales en el desarrollo de los infantes, generando en ellos comportamientos agresivos, falta de respeto a sus padres, desmotivación en los estudios en sus primeras etapas”. (Rosero, 2008, p.19).

El impacto que causa la televisión en los niños, de acuerdo a Rosero (2008, p.30) es que “degenera la formación natural de mantener relaciones interpersonales”, porque desde el inicio los niños se relacionan con sus padres y hermanos, pero al tener un acceso sin control a la televisión, tanto niños como jóvenes son cada vez menos capaces de entablar relaciones interpersonales y buscar soluciones a los problemas cotidianos (Rosero, 2008).

La televisión es un medio de comunicación muy importante que tiene gran influencia en el comportamiento de los individuos, pero más aún en los niños, porque de acuerdo a lo señalado por Rosero (2008, p.62) “solo el 30% de los padres ven siempre o casi siempre la televisión con sus hijos”.

2.2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA AUDIENCIA INFANTIL

Todo ser vivo tiene un plano básico de desarrollo, conformado por partes, cada una con su propio tiempo de maduración, hasta que todas hayan surgido para así formar un todo en funcionamiento (Erikson 1987 y Cloninger 1999, citados por Bordignon 2006). Cada persona se va desarrollando por etapas, que cubren una cantidad de años y presentan ciertas características que deberían ser desarrolladas por cada individuo en un momento dado, pero según Papalia y Wendkos (1996) si bien todos los individuos cumplen las etapas de desarrollo en un mismo orden, no necesariamente lo hacen a la misma edad, porque la división de la existencia en etapas es un constructo social, es una invención de una cultura o sociedad particular, ya que en cada individuo varia la edad real en la que ocurren estos sucesos (Papalia, Wendkos y Duskin, 2010).

En el caso de este estudio nos enfocamos en niños que cursan entre quinto y octavo básico, cuyas edades están entre los 10 y 15 años. De acuerdo a la Teoría sobre las Fases Psicosociales formuladas por el psicoanalista infantil alemán, Erik Erikson, una parte de los niños estaría dentro del estadio denominado Industria versus inferioridad-competencia, que abarca desde los 5-6 a 11-13 años, correspondientes a Edad Escolar-Latencia (Erikson 1987; 1994; 1998 citado, por Bordignon 2006).

Papalia, Wendkos y Duskin (2010) adoptan la secuencia de las ocho etapas generalmente aceptadas en las sociedades industriales occidentales y que en el caso de esta investigación correspondería a la niñez media (seis a once años) y al comienzo de la adolescencia (once a veinte años). Las características de los niños que se encuentran en la primera etapa que nos compete, son en cuanto a desarrollo físico, un crecimiento más lento a la vez que aumenta la fuerza y las capacidades deportivas. La salud en general es mejor que en cualquier otra etapa de la vida, pero hay un aumento en las enfermedades respiratorias. En relación al desarrollo cognoscitivo, los niños empiezan a pensar en forma más lógica. Aumentan las habilidades en memoria y lenguaje y disminuye el egocentrismo. El crecimiento cognoscitivo durante la niñez media les permite a los niños desarrollar

conceptos más complejos de ellos mismos, a la vez que mejorar la comprensión y control emocional. Los niños en esta edad desarrollan la atención selectiva. Finalmente, en el desarrollo psicosocial, el concepto de si mismo se hace más complejo e influye en la autoestima y los compañeros y amigos adquieren una importancia central (Papalia, Wendkos y Duskin, 2010).

Papalia, Wendkos y Duskin (2010) hablan de una característica relacionada con la necesidad de sueño, que en esta etapa disminuye de un poco más de 10 horas a los nueve años, a unas nueve horas a los 13 años de edad, principalmente porque “a muchos niños se les permite, conforme se hacen mayores, establecer sus propios horarios para ir a la cama”. (Hoban 2004, citado por Papalia, Wenkos y Duskin 2010, p.285), además del hecho de tener televisión en sus recámaras (National Spleep Foundation 2004, citado por Papalia, Wendkos y Duskin 2010).

En la misma etapa, pero considerado las características presentadas por Erikson en los niños de esa edad, en el período denominado latencia “disminuyen los intereses por la sexualidad personal y social, acentuándose los intereses por el grupo del mismo sexo. La niñez desarrolla el sentido de la industria, para el aprendizaje cognitivo, para la iniciación científica y tecnológica; para la formación del futuro profesional, la productividad y la creatividad”. (Erikson 1987; 1994; 1998, citado por Bordignon 2006, p.56). Erikson agrega que en esta etapa el niño es capaz de acoger instrucciones de los adultos en la familia, en la escuela y en la sociedad, tiene condiciones para observar ritos, normas, leyes, sistematizaciones y organizaciones, así como para realizar y dividir tareas, responsabilidades y compromisos.

De acuerdo a Erikson (1982), citado por Papalia, Wendkos y Duskin (2010), los niños en esta etapa deben aprender las habilidades que son valoradas por en la sociedad en la que viven y una factor importante de la autoestima, es su opinión de su capacidad para el trabajo productivo. Los niños en esta etapa por lo tanto

deben aprender las habilidades productivas requeridas por su cultura o enfrentar el sentimiento de inferioridad.

En la niñez media los niños “aprenden que les hace irritarse, sentir temor o tristeza y la manera en que otras personas reaccionan ante las manifestaciones de esas emociones, también aprenden a comportarse en consecuencia” (Papalia, Wendkos y Duskin, 2010, p.324) y tienden a volverse más empáticos. Durante la niñez media, la popularidad adquiere gran importancia y como consecuencia “es probable que los escolares que son queridos por sus pares se conviertan en adolescentes con buen ajuste. Los que no son aceptados o son demasiado agresivos son propensos a desarrollar problemas psicológicos, a desertar de la escuela o a convertirse en delincuentes”. (Hartup 1992; Kupersmidt y Coie 1990; Morrison y Masten 1991; Bukoiwski y Pattee 1993; Parker y Asher 1987, citados por Papalia, Wendkos y Duskin 2010, p.336).

Durante este estadio, “los niños que se sienten inferiores a sus compañeros pueden refugiarse en la seguridad de sus familia, definiendo así su desarrollo cognitivo; los niños, absortos por la importancia de la laboriosidad, pueden arrinconar las facetas emocionales de su personalidad”. (Erikson 1950, citado por Papalia, 1996, p.447). A esta edad los niños comienzan a hacer amistades más recíprocas, sus relaciones ya no se basan en ellos mismos y sus propias conveniencias, pero pueden ser posesivos o envidiosos de los amigos de sus amigos (Selman y Selman 1979; Coleman 1980, citados por Papalia y Wendkos 1996).

En este estadio se da inicio a la vida escolar, por lo tanto “es función de los padres y de los profesores ayudar a que los niños desarrollen sus competencias con perfección y fidelidad, con autonomía, libertad y creatividad”. (Erikson 1987; 1994; 1998, citado por Bordignon 2006, p.56).

Se presenta en esta etapa el sentimiento de inferioridad existencial, de incapacidad en el aprendizaje cognitivo, comportamental y productividad. De la

resolución de esta crisis, que es el paso de un estadio a otro, nace la competencia personal y profesional que conformará la futura identidad profesional, “el aprendizaje y el ejercicio de estas habilidades [...] desarrollan en el niño el sentimiento de capacitación, competencia y de participación en el proceso productivo de la sociedad, anticipando el perfil de futuro profesional”. (Erikson 1987; 1994; 1998, citado por Bordignon 2006, p.56).

Si el niño realiza todas las habilidades solo por el valor de la formalidad técnica, sacrificando de esa manera la fuerza de su imaginación, “puede desarrollar una actitud formalista en relación a las actividades profesionales, volviéndose esclavo de los procesos tecnológicos y burocráticos. Aquello que debería ser un momento de placer y de alegría, unido al sentimiento de realización personal e integración social, acaba siendo un proceso desintegrante y formalista”. (Erikson 1987; 1994; 1998, citado por Bordignon 2006, p.56).

Esta fase coincide con el período denominado Etapa de Operaciones Concretas establecido por Piaget (1932), citado por Papalia, Wendkos y Duskin (2010, p.292), donde se señala que los niños “pueden realizar operaciones mentales, como el razonamiento, para resolver problemas concretos (reales). Los niños piensan de manera lógica porque ya son capaces de considerar múltiples aspectos de una situación”. Los niños que están en la etapa de operaciones concretas solo utilizan el razonamiento inductivo y a partir de observaciones de miembros particulares de una clase de personas, animales, objetos o sucesos, sacan conclusiones generales acerca de la clase como un todo. Además, a medida que interactúan con más personas, desarrollan su sentido de justicia basado en el igual trato para todos (Papalia, Wendkos y Duskin, 2010).

Al enfocarnos en niños de hasta 15 años, se encuentran, al menos los estudiantes de séptimo y octavo básico, en el estadio Identidad versus confusión de roles-fidelidad y fe, que corresponde a la adolescencia y abarca desde los 12 a 20 años (Erikson 1987; 1994; 1998 citado, por Bordignon 2006).

Las características de los niños que están dentro de esta etapa son: en cuanto al desarrollo físico, el crecimiento físico es rápido, se presenta la madurez reproductiva. En cuanto al desarrollo cognoscitivo, el niño experimenta un pensamiento abstracto y razonamiento científico. Y persiste la inmadurez del pensamiento en algunas actitudes y conductas. Finalmente, en relación al desarrollo psicosocial, el niños está en busca de su identidad, incluyendo la sexual y el grupo de amigos ejerce una influencia positiva o negativa (Papalia, Wendkos y Duskin, 2010).

Erikson (1987; 1994; 1998) citado por Bordignon (2006) agrega que en esta etapa se produce una diferencia de tamaño entre niñas y niños, ellas durante aproximadamente dos años suelen ser más altas que los varones a esa misma edad (Tanner 1979, citado por Papalia y Wendkos 1996). En esta etapa “maduran las funciones reproductivas, los órganos sexuales y aparecen los caracteres sexuales secundarios (los que no están directamente con la reproducción: el desarrollo de los senos, del vello corporal y facial y cambios en la voz)”. (Papalia y Wendkos, 1996, p.470).

Durante este estadio de acuerdo a Erikson (1987; 1994; 1998) citado por Bordignon (2006, p.56), la integración psicosexual y psicosocial forman la identidad personal en los siguientes aspectos:

- Identidad psicosexual por el ejercicio del sentimiento de confianza y lealtad con quien pueda compartir amor, como compañeros de vida.
- La identificación ideológica por la asunción de un conjunto de valores, que son expresados en un sistema ideológico o en un sistema político.
- La identidad psicosocial por la inserción en movimientos o asociaciones de tipo social.

- La identidad profesional por la selección de una profesión en la cual poder dedicar sus energías y capacidades de trabajo y crecer profesionalmente.
- La identidad cultural y religiosa en la que se consolida su experiencia cultural y religiosa, además de fortalecer el sentido espiritual de la vida.

En esta etapa, el adolescente busca identificación afectiva, cognitiva y comportamental con aquellos con que “puede establecer relaciones autodefinitorias; superar la confusión de roles; establecer relaciones de confianza, estabilidad y fidelidad; consolidar las formas ideológicas o las doctrinas totalitarias y enfrentar la realidad de la industrialización y globalización”. (Erikson 1971; 1987; 1994; 1998, citado por Bordignon 2006, p.56).

En esta etapa aparece la búsqueda de la identidad, una concepción coherente del yo y adquiere gran importancia la orientación sexual. Además, la identidad o importancia de las amistades y cantidad de tiempo que se pasa con los amigos son mayores en la adolescencia que en cualquier otra etapa. Los adolescentes tienen durante este estadio “mayor capacidad para expresar sus pensamientos y sentimientos privados. Les resulta más fácil considerar el punto de vista de otra persona y les es más sencillo entender los pensamientos y sentimientos de un amigo”. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2010, p.412).

El aspecto físico cobra relevancia durante esta etapa, las mujeres “son muy conscientes de su apariencia física. Los varones quieren ser altos y con anchas espaldas, mientras que las mujeres prefieren ser delgadas, pero con buen busto”. (Berscheid, Walster y Bohrnstedt 1972, citado por Papalia y Wendkos 1996, p.471). Esta preocupación por la imagen corporal puede dar lugar a esfuerzos obsesivos por controlar el peso, lo cual lleva a trastornos alimenticios (Davison y Birch 2001; Scheiber et al. 1996; Vereecken y Maes, 2000, citados por Papalia, Wendkos y Duskin 2010).

La tendencia a la depresión aumenta durante la adolescencia y “no necesariamente se presenta como tristeza sino como irritabilidad, aburrimiento o incapacidad para experimentar placer. Una razón por la que es necesario tomarla en serio es el riesgo de suicidio”. (Brent y Birmaher 2002, citados por Papalia, Wendkos y Duskin 2010. p. 369).

Los adolescentes durante esta etapa no solo piensan en lo que observan, sino que además “pueden imaginar una variedad infinita de posibilidades, pueden pensar en situaciones hipotéticas, considerar todos los aspectos de una situación y plantearse un problema intelectual de forma sistemática”. (Papalia y Wendkos, 1996, p.472). En esta etapa los niños “adquieren la capacidad de hacer razonamientos más complejos sobre temas morales. También aumenta su tendencia al altruismo y la empatía”. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2010, p.375).

Piaget (1932) citado por Papalia y Wendkos (1996) hace también una clasificación de las etapas del desarrollo cognitivo. A este estudio corresponde la denominada Operaciones Concretas, que contempla de los 7 a 11 años y la etapa de las Operaciones Formales, que va desde los 12 años en adelante, pero no todas las personas la empiezan a esa edad. La primera de ellas se caracteriza por el abandono del egocentrismo por parte de los niños, que empiezan a entender y usar nuevos conceptos aprendidos. Son capaces de ponerse en el lugar del otro y así entender mejor a otras personas. En el segundo período, de operaciones formales, el niño perfecciona su capacidad de pensamiento abstracto y “presenta un razonamiento hipotético-deductivo, que implica la capacidad de desarrollar una hipótesis y diseñar un experimento para ponerla a prueba”. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2010, p.372). Además, la capacidad de memoria de trabajo sigue aumentando durante la adolescencia.

Entre los cambios funcionales más importantes que ocurren durante esta etapa, se encuentra el incremento continuo de la velocidad de procesamiento y un mayor desarrollo de la función ejecutiva, que incluye habilidades como la toma de

decisiones y control inhibitorio de de respuestas impulsivas (Blakemore y Choudhury 2006 y Kuhn 2006, citados por Papalia, Wendkos y Duskin 2010).

Kohlberg (1976), citado por Papalia, Wendkos y Duskin (2010), describe tres niveles de razonamiento moral, que en este estudio corresponden al nivel I y II.

-Nivel I: Moralidad preconventional, que abarca desde los cuatro a diez años y se caracteriza principalmente porque los niños actúan bajo controles externos y obedecen reglas principalmente para evitar castigos y en cambio recibir recompensas.

-Nivel II: Moralidad convencional, que va de los 10 a 13 años. Es una etapa caracterizada por que los niños son capaces de asumir los roles de la autoridad y tienen una preocupación por agradar a los otros y mantener el orden social.

Las personas se desarrollan entonces en etapas estructuralmente organizadas, cuyo inició o término de cada una de ellas, depende de sus disposiciones y capacidades internas. La sociedad actúa como un agente importante en la formación de la personalidad del individuo ya sea “en cuanto a los aspectos de las relaciones sociales significativas, así como en los principios relacionados de orden social y en las ritualizaciones vinculantes o desvinculantes”. (Bordignon, 2006, p.52).

3. TERCERA PARTE: MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de este estudio se utilizó la metodología de investigación cualitativa, ya que apunta a la comprensión del fenómeno en términos de sus significados, haciendo referencia tanto a formas de aproximación al conocimiento, como a las modalidades de análisis del mismo (Juan y Roussos, 2010). El enfoque cualitativo se selecciona además “cuando se busca comprender la perspectiva de los participantes [...] acerca de los fenómenos que los rodean, profundizar en sus experiencias, perspectivas, opiniones y significados, es decir, la forma en que los participantes perciben subjetivamente su realidad”. (Hernández, Fernández, Baptista, 2010, p.364).

La investigación cualitativa según Martínez (2006) aborda el estudio de un todo integrado, que constituye una unidad de análisis, tratando de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones. De aquí, que lo cualitativo (que es el todo integrado) no se opone a lo cuantitativo (que es solo un aspecto), sino que lo implica e integra, especialmente donde sea importante. El autor agrega que este tipo de metodología considera además que el conocimiento es el resultado de la interacción entre el sujeto y objeto de estudio, por lo tanto, el conocimiento no será cien por ciento objetivo y “el objeto, a su vez, especialmente en el área de las ciencias humanas, es visto y evaluado (opción o supuesto ontológico) por el alto nivel de complejidad estructural o sistémica, producida por el conjunto de variables bio-psicosociales que lo constituyen”. (Martínez, 2006, p.129).

Una de las razones por las que decidimos utilizar el enfoque cualitativo es porque según Marzal y Casero (2008, p.97) los estudios referentes a audiencias televisivas “han priorizado una óptica descriptiva fuertemente anclada en el empleo de técnicas cuantitativas, dando como resultado que los datos y la cifras de audiencia, como los porcentajes de consumo o los perfiles sociodemográficos

de los espectadores, resulten claramente insuficientes para entender realmente cómo funciona la recepción y cómo la ciudadanía actúa ante la pantalla”. El autor dice que en cambio el empleo de metodologías cualitativas, como por ejemplo el *focus group*, aparece como un “requisito ineludible si se quiere avanzar hacia el conocimiento en profundidad de las motivaciones, los hábitos y los procedimientos de construcción de sentido que la audiencia pone en marcha ante los mensajes televisivos”. (Marzal y Casero, 2008, p.98).

Las investigaciones cualitativas, de acuerdo a Hernández et al. (2010), tienen un carácter lógico e inductivo (explorar y describir y luego generar perspectivas teóricas) que va de lo particular a lo general. Por ejemplo, en un estudio cualitativo, el investigador entrevista a una persona, analiza los datos que obtuvo y saca algunas conclusiones, luego entrevista a otra, analiza esta nueva información y revisa sus resultados y conclusiones, para luego hacer y analizar más entrevistas para comprender lo que busca. En resumen, procede caso por caso, dato por dato, hasta llegar a una perspectiva general.

Corbetta (2007) señala que la metodología cualitativa es una investigación abierta, interactiva, cuya teoría surge de la observación, de manera que hay una identificación empática con el sujeto estudiado. Hay proximidad y contacto entre sujeto y objeto y este último tiene un papel activo dentro del estudio. En cuanto a diseño de la investigación propiamente tal, ésta se construye en el curso de la investigación. Utiliza casos individuales, no representativos estadísticamente y entre sus principales objetivos tiene el comprender a los sujetos.

En base a todo lo anteriormente mencionado es que utilizamos la metodología cualitativa, porque buscamos conocer las preferencias y hábitos de consumo que tienen los estudiantes de enseñanza básica de un establecimiento público/rural de la comuna de La Serena, Chile, acerca de la programación de la televisión abierta nacional y la influencia que ésta tiene en su desarrollo integral como personas.

Junto con ello, esperamos describir y analizar las razones del consumo programático de los estudiantes.

Finalmente, la comprensión e interpretación que se obtiene de la realidad tal y como es entendida por los participantes de este estudio, no interesa solo al investigador. De acuerdo a Rodríguez, Gil y García (1996), “los resultados [...] deben ser compartidos, comunicados, según los casos, a los patrocinadores del estudio, a los propios participantes, o en la medida en que pretendamos contribuir al incremento del conocimiento científico, también al resto de la comunidad de investigadores”. Por lo tanto, los resultados de esta investigación serán presentados en una reunión a los apoderados de los estudiantes del Colegio Caleta San Pedro, que fueron parte del estudio; se enviará una copia del informe al CNTV y será presentado en el Congreso Internacional de Periodismo Digital SEAP el año 2015.

3.2 MUESTRA

El muestreo en investigación cualitativa según Hernández et al. (2010, p.394) es un “grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades [...] sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia”. Se determina durante o después de la inmersión inicial en el contexto y se puede ajustar en cualquier momento de la investigación. No pretende generalizar resultados, por lo que busca tipos de casos o unidades de análisis que se encuentren en el ambiente.

Los tipos de muestras que suelen utilizarse en las investigaciones cualitativas son las no probabilísticas o dirigidas, cuya finalidad no es la generalización en términos de probabilidad. Este tipo de muestras, también se conocen como “guiadas por uno o varios propósitos, pues la elección de los elementos depende de razones relacionadas con las características de la investigación”. (Hernández et al., 2010, p.396). Los autores establecen cinco principales tipos de muestras: voluntarios, expertos, casos-tipos, por cuotas y otras orientadas a la investigación cualitativa, como las homogéneas o por conveniencia, que son las utilizadas en este estudio.

Hernández et al. (2010, p.398) definen las muestras homogéneas como aquellas en que las unidades seleccionadas “poseen un mismo perfil o características, o bien, comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema a investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social”. Por otra parte, los autores definen las muestras por conveniencia como “simplemente casos disponibles a los cuales tenemos acceso”. (Hernández et al., 2010, p.401).

En el caso de esta investigación, la muestra es de 41 niños, tanto del sexo femenino como masculino, que cursan entre quinto y octavo básico en el Colegio Caleta San Pedro, ubicado en la localidad de Caleta San Pedro, a 5 kilómetros al norte de la Ciudad de La Serena. Las edades de estos estudiantes están entre los

10 y 15 años. En cuanto al tamaño de la muestra en la investigación cualitativa, Neuman (2009) citado por Hernández et al. (2010, p.395) señala que “no se fija a priori (previamente a la recolección de los datos), sino que se establece un tipo de unidad de análisis y a veces se perfila un número relativamente aproximado de casos, pero la muestra final se conoce cuando las unidades que van adicionándose no aportan información o datos novedosos”. En el caso de este estudio, la muestra seleccionada cubre la totalidad de los alumnos de los cursos seleccionados.

El colegio fue elegido principalmente por dos razones: responde al objetivo de investigación, porque al ser parte de la Corporación Municipal Gabriel González Videla, que agrupa a los colegios municipalizados de la comuna de La Serena y al ser un colegio ubicado en una zona rural, de acuerdo al SIMCE (2013), ubica a estos niños dentro del nivel socioeconómico medio bajo y en situación de vulnerabilidad, que es el foco de nuestro estudio. La segunda razón fue la factibilidad de trabajar en el colegio, principalmente por la disposición inmediata de la directora, porque “lograr el acceso al ambiente es una condición para seguir con la investigación e implica obtener permiso de parte de quienes controlan el ingreso”. (Hernández et al., 2010, p.372).

3.3 CALETA SAN PEDRO

La Caleta San Pedro se encuentra ubicada a 5 kilómetros al noroeste de la ciudad de La Serena y desde el punto de vista de la división Político-Administrativa, está ubicada en dicha comuna. Pese a la poca distancia que la separa de la capital regional, “presenta características socio-culturales y formas de vida correspondientes a un contexto netamente rural”. (Arancibia, Monroy, Mutis y Zurita, 1987, p.1).

La Caleta se encuentra en un terreno de naturaleza arenosa, por lo que sus suelos están saturados por la humedad, con frecuentes afloramientos de aguas salobres y dulces, lo cual permite el crecimiento de una cubierta vegetal típica de ese ambiente. El camino de acceso se encuentra frente al sector de la Compañía Baja, hacia el lado oeste y avanza desde la carretera Panamericana norte hacia el Poniente (Arancibia et al., 1987).

La población comunal de la Caleta San Pedro, de acuerdo a Arancibia et al. (1987), nació como un producto de la política de desecación de las Vegas Norte y de la instalación en parcelas de colonos alemanes, italianos y chilenos, en el sector que se extiende entre el margen derecho del Río Elqui y Punta de Teatinos, de sur a norte y entre la Carretera Panamericana Norte y el mar, de oriente a poniente. Hacia la década de 1940, el poblado de San Pedro estaba constituido por casas aisladas en un sector denominado La Playa, las que dieron paso a la creación de la Caleta San Pedro como poblado en 1951, como consecuencia del Plan Serena. De acuerdo a la Municipalidad de La Serena (2013) en la Caleta San Pedro habitan 1306 habitantes, que corresponde a un 0,8% de la población regional (“Seminario Internacional Patrimonio en Tránsito Panel 3: ‘Espacio Público, vida de barrio y patrimonio’,” 2013).

De acuerdo a los autores Arancibia et al. (1987) y Botarro y Carvajal (2008) las viviendas de la Caleta San Pedro son en su mayoría de autoconstrucción, la mayor parte edificada sobre la base de los materiales concreto y madera e incluso algunas más precarias son de quinche, “en cuanto a los deslindes de las propiedades [...] son precarios. Los materiales usados son caña, madera y, en

casos excepcionales, bloques de concreto. Las terminaciones de las casas son malas y denotan falta de prolijidad”. (Arancibia et al., 1997, p.24). De acuerdo al INE (2002) citado por Botarro y Carvajal (2008, p.29) “el total de viviendas en la Caleta San Pedro es de 262 edificaciones”.

En la Caleta de acuerdo a Botarro y Carvajal (2008) se observa una carencia de servicios básicos para la población, como una posta médica, razón por la cual el Centro de Salud Emilio Shafhauser realiza rondas médicas una vez por semana. El sector cuenta con agua potable, alcantarillado, que según los autores “en un comienzo [...] solo se hizo para habilitar los baños de las casas, hoy en día se encuentra conectado a toda la comunidad y en la mayoría de las existentes en la Caleta”. (Botarro y Carvajal, 2008, p.53). Además, existe electricidad, extracción de basuras domiciliarias y locomoción desde y hacia el sector céntrico de la ciudad en forma permanente, que corresponde a un solo Gremio de Taxis Colectivos que es la Línea N° 53.

El nivel cultural de la zona es desfavorable, ya que un alto porcentaje de los padres y apoderados, de acuerdo a los resultados del último SIMCE (2013), declaró tener entre 9 y 10 años de escolaridad. Según los datos entregados por el I.N.E. (2002), el nivel de escolaridad que presenta la Caleta para habitantes mayores de 16 años, es la enseñanza básica primaria. Esto se debe a que los jóvenes se ven en la necesidad de trabajar y dejar sus estudios pendientes para poder subsistir (Botarro y Carvajal, 2008). La localidad cuenta con un establecimiento educacional, el Colegio Caleta San Pedro, que abarca desde kínder a octavo básico. Fue fundado el 14 de agosto de 1949 y juega un rol importante dentro de la comunidad. Además, hay un jardín infantil llamado Los Pececitos que depende de la Corporación Municipal Gabriel González Videla, que funciona en un edificio con infraestructura nueva y moderna (“Proyecto Educativo Institucional PEI Colegio Caleta San Pedro 2013-2016”, 2012).

Frente al establecimiento educacional, en la Avenida Pacífico, se ubica la Iglesia Católica del poblado, que corresponde a una capilla de bloque de cemento y

madera. Existe también una multi-cancha deportiva para uso de la comunidad, que fue construida por el Servicio de Vivienda y Urbanización (SERVIU) en terrenos que pertenecían hasta 1979 al Ministerio de Bienes Nacionales. La organización comunitaria de la zona corresponde a una junta de vecinos, Asociación Gremial de Buzos Mariscadores y Recolectores de Orilla, clubes deportivos, Centro de Madres, Comunidad Cristiana, Comité de Allegados y Centro Gastronómico (Botarro y Carvajal, 2008).

Los habitantes de la Caleta San Pedro según Botarro y Carvajal (2008) cuentan con diversas actividades realizadas por ellos mismos o por particulares de sectores cercanos, como la realización de la fiesta de San Pedro, manifestación que demuestra que “la localidad es mayoritariamente católica, pero en forma progresiva se han instalado otros edificios de culto de religiones, como la Adventista, Evangélica, etc.”. (Botarro y Carvajal, 2008, p.29).

La mayor parte de la actividad económica de la población de la Caleta San Pedro está orientada hacia el Sector Pesquero Artesanal, que genera migraciones estacionales a partir del mes de agosto hasta abril, meses en los cuales la mayoría de los Pescadores emigra hacia otras caletas como Punta de Choros, Tongoy, Huasco y Carrizalillo, viviendo normalmente en condiciones precarias durante estos periodos y dejando a sus familias a cargo de las mujeres. En la Caleta trabajan 180 buzos mariscadores, que forman parte de la Asociación Gremial de Mariscadores de la Caleta San Pedro, siendo 50 de ellos mujeres (Botarro y Carvajal, 2008). A pesar de que la Asociación cuenta con 174 miembros, tan solo 140 de ellos se encuentran en condiciones físicas para trabajar, “puesto que, solidariamente, distribuyen sus ingresos entre algunos socios discapacitados y las viudas de algunos pescadores fallecidos en alta mar”. (“Caleta San Pedro,” 2002).

Botarro y Carvajal (2008) señalan que en general la economía de la población de la Caleta es de subsistencia, existiendo pocas expectativas para un desarrollo más sostenido. Además, los autores agregan que se desarrollan otras actividades

productivas, como agricultura, ganadería, gastronomía y turismo, el cual ha tomado importancia con el paso del tiempo, principalmente por los aportes que se realizan como región y el aporte de las Inmobiliarias ubicadas en el sector de Serena Golf.

De acuerdo a las características analizadas y según los últimos resultados arrojados por el SIMCE, se puede llegar a la conclusión que la población de la Caleta San Pedro tiene un nivel socioeconómico medio bajo, promediando un ingreso del hogar que varía entre 195 y 340 mil pesos, encontrándose en condición de vulnerabilidad un 59,1% y 81% de los estudiantes. Según Arancibia et al. (1987) la calidad de vida de la Caleta San Pedro aparece a primera vista como baja, apreciándose principalmente en forma visual en las construcciones y viviendas en general. Además, su integración a la comuna de La Serena es deficiente, lo que condiciona de alguna manera su forma de vida caracterizada por su bajo nivel cultural.

3.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.4.1 Instrumento de recolección de datos

En la investigación cualitativa de acuerdo a Hernández et al. (2010), el investigador es el principal instrumento de recolección de datos, quien utiliza para obtenerlos, principalmente biografías, historias de vida, documentos, registros, grupos de enfoque, entrevistas, observación, anotaciones y bitácora de campo. El investigador es el que “—mediante diversos métodos o técnicas— recoge los datos (él es quien observa, entrevista, revisa documentos, conduce sesiones, etc.). No sólo analiza, sino que es el medio de obtención de la información”. (Hernández et al., 2010, p.409).

Para este estudio se utilizó el *focus group* o grupo de enfoque como técnica de recolección de datos, porque es un instrumento cuyo objetivo es la exploración y descripción de creencias, actitudes y opiniones generales de los grupos sociales (Romo y Castillo, 2002).

Romo y Castillo (2007) citados por Cortés (2008) señalan que el *focus group* tiene en primer lugar una finalidad práctica, que busca principalmente recopilar la mayor cantidad de información sobre un tema definido. Los autores agregan además que se estimula la creatividad de los participantes, creando un sentimiento de coparticipación por parte de ellos, dando como resultado que “por medio de esta técnica los entrevistados hablan en su propio lenguaje, desde su propia estructura y empleando sus propios conceptos y son animados para seguir sus prioridades en términos propios”. (Romo y Castillo 2007, citados por Cortés 2008, p.36).

De acuerdo a un estudio de la Comisión Europea, el *focus group* es un instrumento que permite una rápida recolección de información, datos y puntos de vista. Cuando agrupa a personas con posturas diferentes, permite al mismo

tiempo la expresión y la explicación de los distintos puntos de vista, así como la profundización de sus opiniones. Además, es la única que sirve a la vez para analizar y para confrontar la información. Es un instrumento que “ayuda a comprender la actitud de los participantes, su comprensión y su percepción [...] que no sería posible partiendo de una base individual. La situación de grupo permite obtener diversos puntos de vista y percepciones estimulados por la interacción. Se ofrece a cada participante la posibilidad de justificar siempre lo que afirma”. (“Focus Group,” 2006, p.2).

Hernández et al. (2010) señala que en esta técnica de investigación existe un interés por parte del investigador por cómo los individuos forman un esquema o perspectiva de un problema a través de la interacción.

El *focus group* es una herramienta productiva de recopilación de información cuando reúne a grupos socialmente homogéneos, sobre todo si pertenecen a la misma categoría socio-profesional. Creswell (2005) citado por Hernández et al. (2010) dice que los *focus group* consisten en sesiones de hasta 10 personas, donde los participantes controlados por un moderador conversan sobre un tema en un ambiente relajado e informal. El formato y naturaleza de la sesión o sesiones depende del objetivo y las características de los participantes y del planteamiento del problema (Krueger y Casey 2008, citados por Hernández et al. 2010). Cabe destacar que en esta técnica de recolección de datos la unidad de análisis es el grupo en su totalidad. Los grupos de enfoque no sólo tienen potencial descriptivo, sino sobre todo tienen un gran potencial comparativo que es necesario aprovechar (Barbour 2007, citado por Hernández et al. 2010).

El modelo clásico de *focus group* de acuerdo a Juan y Roussos (2010) consiste en un grupo de hasta 12 participantes en torno a una mesa, que debe estar en una sala de preferencia amplia y cómoda. Los autores señalan además que con la presencia de un moderador encargado de guiar la interacción, se busca que las preguntas sean respondidas en el marco de la interacción entre los participantes, “en una dinámica donde éstos se sientan cómodos y libres de hablar y comentar

sus opiniones. La duración promedio de un *focus group* es de noventa a ciento veinte minutos. Existen modelos alternativos [...] en los cuales varía la cantidad de moderadores, la cantidad de grupos y subgrupos de discusión, la cantidad de participantes y el soporte tecnológico”. (Juan y Roussos, 2010, p.3).

En base a todo lo anteriormente mencionado por los autores Romo y Castillo (2007), Hernández et al. (2010), Creswell (2005), Krueger y Casey (2008), Barbour (2007) y Juan y Roussos (2010), los grupos de discusión permiten entonces a los participantes comunicar abiertamente sus ideas y opiniones, ya que al ser una discusión planificada, cuenta con un moderador experimentado que dirige la interacción a fin de evitar que se produzcan conflictos y así generar información significativa para la investigación.

“Edmunds (1999) define a los *focus group* como discusiones, con niveles variables de estructuración, orientadas a un tema particular de interés o relevancia, tanto para el grupo participante como para el investigador”. (Juan y Roussos, 2010, p.3).

Juan y Roussos (2010) señalan que para desarrollar correctamente la técnica del *focus group* se deben seguir tres pasos metodológicos centrales:

1. Reclutamiento: En este paso se debe cuidar especialmente los criterios de inclusión y exclusión del estudio, así como también una distribución equitativa intra-grupo para cada *focus group*, a fin de obtener datos confiables que sean útiles a la investigación.
2. Moderación: consiste en el *focus group* como tal, donde es fundamental el papel desempeñado por el moderador, para lograr que cada uno de los participantes expresen su opinión sobre el tema planteado. La destreza del moderador radica en lograr que todos los participantes brinden su opinión a los temas tratados y que esta opinión no esté influida por los demás.

3. Confección del informe: El informe resulta del complejo cruce entre los temas de indagación, los atributos de la población elegida y la comparación entre diversos sub-grupos incluidos en los *focus group*. La elaboración del documento deberá ser breve, pero exhaustiva; deberá tomar las tendencias generales observadas, pero a su vez las opiniones aisladas y minoritarias.

Hernández et al. (2010) por su parte establecen siete pasos para desarrollar adecuadamente una discusión de grupo:

1. Determinar un número provisional de grupos y sesiones que se realizarán.
2. Definir el tipo tentativo de personas que participarán en la(s) sesión(es).
3. Detectar personas del tipo elegido.
4. Invitar a las personas elegidas a la sesión o las sesiones.
5. Organizar la sesión o las sesiones.
6. Llevar a cabo cada sesión, que debe contar con un moderador.
7. Elaborar el reporte de sesión, el cual incluye principalmente:
 - Datos sobre los participantes.
 - Fecha y duración de la sesión.
 - Información completa del desarrollo de la sesión.
 - Observaciones del conductor, así como una bitácora de la sesión.

A medida que aumentan los grupos, la situación de la investigación va complicándose y la logística es más difícil de manejar. La agenda de cada sesión tiene que estructurarse con cuidado y en ella se deben señalar las actividades

principales, aunque es también una herramienta flexible. Los temas del *focus group* pueden ser estructurados, semiestructurados o de temática abierta.

Tal como afirma Garvin (2008), citado por Juan y Roussos (2010), las entrevistas de grupo poseen ventaja con respecto a otras herramientas, en tanto pueden entregar información confiable con costos mucho menores que los de otros instrumentos tradicionales, como grandes encuestas o los relevamientos masivos de información. Los autores agregan que quizás esta es una de las razones principales por las cuales su uso se ha ido incrementando con el tiempo. Por lo tanto, “el empleo de los *focus group* ofrece un campo más amplio de información que otras estrategias de investigación [...]. Además, la interacción propia de los grupos de discusión puede generar nuevas ideas o conexiones en base a comentarios que en un primer momento podrían parecer azarosos, y que pasarían desapercibidos en modelos cuantitativos de preguntas cerradas”. (Kotler y Armstrong 2001, citados por Juan y Roussos 2010, p.7).

El *focus group* es muy útil para recopilar información de grupos de beneficiarios, sobre todo si se quiere analizar el impacto percibido por ellos, en el caso de este estudio la influencia de la televisión en los niños del Colegio Caleta San Pedro. Además, la dinámica grupal hace que los participantes profundicen y justifiquen sus posturas.

El empleo de esta técnica también tiene desventajas, siendo la mayor de ellas, de acuerdo a Juan y Roussos (2010), la necesidad de un personal muy entrenado (moderador) para que maneje el grupo y analice los resultados. Además, su estructura cualitativa hace que sea difícil generalizar los resultados a poblaciones más grandes que la estudiada. Por lo tanto, “el registro y análisis de los datos es altamente complejo, principalmente porque depende en gran medida de los estilos de comunicación y de las reacciones no verbales de los participantes”. (Juan y Roussos, 2010, p.8)

Además, en algunos contextos, según un estudio de la Comisión Europea, “la organización del *focus group* puede ser compleja desde el punto de vista logístico: identificación de grupos de beneficiarios, distancias que hay que cubrir, movilización de competencias nacionales y locales. Y la expresión en público puede verse limitada por influencias de orden político o social o puede depender de la composición del grupo”. (“Focus Group,” 2006, p.7).

Para llevar a cabo la recolección de datos mediante el *focus group* en este estudio, se elaboraron preguntas abiertas, porque no llevan implícita de antemano una respuesta y “son útiles cuando no hay suficiente información sobre las posibles respuestas de las personas”. (Hernández et al., 2010, p.221). De acuerdo a los autores, este tipo de preguntas permiten obtener una información más amplia y son útiles cuando se busca profundizar una opinión, pero también tienen la desventaja de ser más “más difíciles de codificar, clasificar y preparar para el análisis”. (Hernández et al., 2010, p.221).

3.4.2 Categorías preestablecidas previa aplicación de focus group

Si bien en un estudio cualitativo no existen categorías previas a la investigación, porque éstas emergen del estudio de la información obtenida, “se podría partir de un grupo de categorías preestablecidas, con tal de que se utilicen con mucha cautela y como algo provisional hasta que no se confirmen, y no se deje uno llevar por la tendencia (cosa muy fácil y natural) de rotular la nueva realidad con viejos nombres”. (Martínez, 2006, p.133).

Basado en lo dicho por el autor, se establecieron tres categorías a priori, como un modo de organizar las preguntas del *focus group*: Hábitos de consumo/ Preferencias, Control Parental e Influencias.

-Hábitos de consumo/Preferencias: “se entiende por hábito lo que una persona hace de forma constante, y la relación con el consumo se determina a partir de

aquello que acostumbra a adquirir y consumir”. (Mejía y Arboleda 2004, citados por García y Olayo 2008, p.9). La RAE agrega que puede ser “originado por tendencias instintivas”². Por otra parte, de acuerdo a la RAE, preferencia corresponde a la “elección de alguien o algo entre varias personas o cosas”³. Dentro de esta categoría preestablecida se incluyeron preguntas como: ¿Cuántas horas al día ven TV? o ¿Qué dibujos animados son sus favoritos?

-Control Parental: Tomando en cuenta dos definiciones de Control establecidas por la RAE, que dicen que es la “comprobación, inspección, fiscalización, intervención” o “dominio, mando, preponderancia”⁴, en este estudio el concepto se entiende como la fiscalización o mando que tienen los padres para con sus hijos al momento de ver televisión. En esta categoría se incluyeron preguntas como: ¿Les prohíben ver algunos programas de TV? o ¿Ven televisión solos o acompañados?

-Influencias: En el caso de este estudio, la definición que más acorde va con la investigación es una de las acepciones establecidas por la RAE, que la define como “acción y efecto de influir”⁵, que sería la influencia que puede generar la televisión en la audiencia. Para eso, se formularon preguntas como: ¿La televisión les enseña algo? o ¿Se sienten representados con lo que ven en televisión?

² Referencia: definición obtenida de la página web de la Real Academia Española, www.rae.es.

³ Referencia: definición obtenida de la página web de la Real Academia Española, www.rae.es.

⁴ Referencia: definición obtenida de la página web de la Real Academia Española, www.rae.es.

⁵ Referencia: definición obtenida de la página web de la Real Academia Española, www.rae.es.

3.4.3 Proceso de recolección de datos

1º Elaboración del focus group:

En primer lugar se hizo una búsqueda bibliográfica referente al tema, para conocer en qué consiste y cómo se elabora un grupo enfoque. También se consultó sobre el tema a la Mg. Marlene Vera, profesora de la cátedra de psicología en la carrera de Periodismo, que es experta en *focus group*, para orientar a las investigadoras a cómo realizarlo. Además, se revisaron estudios similares, con el fin de determinar si este instrumento de recolección de datos era apropiado para la realización de esta investigación.

Una vez recolectada la información necesaria, se comenzó a preparar la pauta de preguntas que incluiría el *focus group*, que se hizo de acuerdo al objetivo del estudio y a la muestra seleccionada, que son niños de quinto a octavo básico. Las preguntas fueron revisadas por la profesora guía de esta investigación, quien corrigió la pauta y nos sugirió modificar algunas preguntas y eliminar otras. Luego de ya tener la pauta corregida, se procedió a validar el instrumento.

2º Juicio de expertos:

Para poder validar el instrumento se envió una carta a dos académicos de la Universidad de La Serena explicando a grandes rasgos en qué consiste la investigación, junto al objetivo general. Además se adjuntó la pauta de preguntas del *focus group* ya corregida con las indicaciones de la profesora guía.

Los profesionales elegidos como expertos para validar el instrumento fueron seleccionados por su entendimiento y pertenencia en el tema, tanto en contenido como en el instrumento como tal, en el caso de la Mg. Marlene Vera.

A continuación se expone brevemente el currículum vitae de los expertos elegidos para validar el instrumento de recolección de datos.

-Marlene Vera Zepeda:

Magister en Políticas Públicas (Universidad del Desarrollo, Chile) y Licenciada en Psicología (Universidad Francisco de Aguirre, Chile). Profesora de diversas asignaturas relacionadas con la psicología y la investigación en la Universidad de La Serena y en la Universidad Central de Chile.

-Francisco Roco Godoy:

Magister en Filosofía (Universidad de Chile), Profesor de Estado en Castellano (Universidad de Chile, sede La Serena) y Profesor de Estado en Filosofía (Universidad de La Serena). Actualmente académico de las asignaturas de Filosofía Contemporánea y Arte y Literatura en la Universidad de La Serena.

Ambos expertos juzgaron la validez del instrumento elaborado tanto en forma como en contenido, realizando varias observaciones más que nada en cuanto a forma que a fondo. Principalmente, las recomendaciones apuntaron a ordenar categóricamente las preguntas y a la composición de algunas que podían llevar a confusión por parte de los niños.

A partir de las observaciones realizadas, las autoras de este Seminario de Investigación corrigieron el instrumento de recolección de datos para aplicarlo en primera instancia en una prueba piloto y posteriormente a los estudiantes de quinto a octavo del Colegio Caleta San Pedro en La Serena.

3º Prueba piloto:

Para determinar si el instrumento de recolección de datos era apropiado y entendible por estudiantes de quinto a octavo básico y realizar los cambios pertinentes antes de aplicar el *focus group* a la muestra real, se realizó una prueba piloto en un establecimiento educacional de similares características.

La prueba fue realizada a ocho estudiantes de la Escuela Peñuelas de Coquimbo, dos por cada nivel. Los alumnos del establecimiento mostraron interés por el

tema, participaron de la actividad con distracciones propias de la edad, pero respondieron bien al instrumento aplicado, lo cual demuestra que el *focus group* es apropiado para aplicarlo a niños de quinto a octavo básico. Solo había tres preguntas que causaron confusión, que fueron modificadas luego de la aplicación del piloto. Durante el proceso, se grabó audio, vídeo y se tomaron notas de la actividad, tal como en la aplicación real.

4º Elaboración del focus group definitivo:

En base a lo observado en la prueba piloto, las investigadoras junto a la profesora guía realizaron las modificaciones pertinentes al instrumento de recolección de datos, elaborando así el *focus group* definitivo. En la primera categoría, denominada Hábitos de consumo/Preferencias, se cambió el orden de dos preguntas, se fusionaron otras dos y se eliminó la pregunta “Entre jugar o ver televisión, ¿qué prefieren?”, porque era similar a la pregunta posterior donde se les preguntaban sobre qué les gusta hacer cuando no están en la escuela. En la segunda categoría, Control Parental, se agregaron tres preguntas, para así equilibrar en cantidad el número de preguntas en las tres categorías. En la última categoría, nombrada influencias, fue donde hubo algunos problemas de comprensión de preguntas por parte de los estudiantes. En dicha categoría se modificaron tres preguntas, dejándolas en un lenguaje más simple y entendible para los niños. Además, se eliminó una pregunta que era similar a otra de la misma categoría, dejando así, las tres categorías equilibradas.

Las preguntas reformuladas fueron: ¿Hay algún contenido o escena de algún programa que les haya servido en su vida diaria?, que se cambió por ¿Sienten que la televisión les ha ayudado en su vida diaria?; ¿Se sienten representados con lo que ven en televisión?, cambiada por ¿Sienten que las personas que aparecen en televisión se parecen a ustedes?; Finalmente, ¿Hay alguna conducta que ustedes o algún hermano o amigos de su edad, hayan imitado de lo que han

visto en televisión?, cambiada por una más simple como: ¿Sienten que la televisión influye en la conducta de las personas?

Luego de realizar los cambios a las preguntas del *focus group*, se elaboró el instrumento de recolección de datos definitivo, dejando las tres categorías iniciales con sus respectivas modificaciones. El instrumento de recolección de datos se encuentra en el Anexo N° 1 de este informe.

5º Aplicación del instrumento:

Para realizar esta parte de la investigación, se habló al comienzo del estudio -en el mes de mayo- con la Directora del Colegio Caleta San Pedro, Cecilia Espinoza, para explicarle la actividad y pedir su autorización para trabajar con alumnos del establecimiento y así colaborar con este estudio. Iniciativa que fue aceptada desde el primer momento.

Previa autorización de la Directora del establecimiento educacional, se concertó otra reunión con ella donde se coordinaron los días y fechas disponibles en el colegio para aplicar el instrumento de medición, que fue realizado durante el segundo semestre del año 2014, para durante el primero hacer la parte teórica de la investigación. Además, se solicitó la lista de alumnos por curso para establecer la muestra utilizada, que fueron 41 alumnos en total.

Posteriormente, entre el 27 de agosto y 10 de septiembre se procedió a realizar el *focus group* a los alumnos de quinto a octavo básico, donde se registraron las opiniones de los niños en una grabación, tanto de voz como de imagen, para posteriormente analizar sin ningún inconveniente y en mayor profundidad. Además, se tomaron notas en papel de la actividad y fotografías del proceso. En cada una de las intervenciones se registraron tanto las edades de los niños como el número de alumnos que asistieron al *focus group* ese día.

El siguiente cuadro muestra la fecha de aplicación del instrumento de medición, el número de alumnos presentes por curso durante la actividad, el rango de edades de los niños por nivel y el tiempo que duró cada *focus group*.

Tabla 3: Datos de focus group por nivel escolar

Fecha	Nivel	Nº de alumnos	Edad	Duración
28 de agosto.	Quinto Básico.	13 estudiantes.	10 – 12 años.	55 minutos.
29 de agosto.	Sexto Básico.	8 estudiantes.	11 – 13 años.	22 minutos.
27 de agosto	Séptimo Básico.	9 estudiantes.	12 – 15 años.	45 minutos.
10 de septiembre	Octavo Básico.	11 estudiantes.	13 – 15 años.	19 minutos.

Fuente: Elaboración propia.

El proceso de recolección de datos se realizó con normalidad, la mayoría de los alumnos se mostraron entusiasmados con la intervención y sobre todo con el tema, ya que al finalizar la actividad demostraron aprender sobre su propio consumo televisivo.

6º Trabajo con los resultados de la aplicación del instrumento:

Una vez recolectados los datos obtenidos mediante el instrumento de medición, se transcribieron las respuestas de los niños, para así poder observar mejor la amplitud de percepciones y opiniones de los escolares. Luego se realizó la clasificación de los datos utilizando el programa computacional Atlas.ti, que sirve para la codificación de datos cualitativos, donde “el investigador agrega los datos o documentos primarios (que pueden ser textos, fotografías, segmentos de audio o video, diagramas, mapas y matrices) y con el apoyo del programa los codifica de acuerdo con el esquema que se haya diseñado”. (Hernández et al., 2010, p.470).

Una vez ingresados los datos de cada *focus group* al programa computacional y con la ayuda del mismo, se establecieron categorías de análisis, que según Hernández et al. (2010, p.495) “son ‘temas’ de información básica identificados en los datos para entender el proceso o fenómeno al que hacen referencia”. A partir de esas categorías se codificaron los datos que permitieron establecer las conclusiones de esta investigación.

La finalidad del programa Atlas.ti, las técnicas de análisis de datos, los resultados del estudio y las conclusiones obtenidas en esta investigación serán abordados en páginas posteriores del presente informe.

3.5 TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Una vez recolectados los datos a través del instrumento de medición, en este caso el *focus group*, se procedió a analizar los resultados. Proceso que incluyó, en primer lugar, transcribir las grabaciones del *focus group* de cada uno de los cursos, para posteriormente codificar las respuestas de los estudiantes a cada una de las preguntas realizadas. Para poder analizar correctamente los datos, se hizo necesario establecer categorías para guiarse al momento de procesarlos y así, eliminar la información irrelevante. De acuerdo a Hernández et al. (2010, p.452) “en la codificación cualitativa, las categorías son conceptos, experiencias, ideas, hechos relevantes y con significado”.

En la actualidad se han desarrollado diversos programas computacionales que ayudan al momento de analizar datos cualitativos, facilitando el proceso. Uno de ellos es el programa utilizado en esta investigación, Atlas.ti, desarrollado en la Universidad de Berlín, que sirve para “segmentar datos en unidades de significado; codificar datos (en ambos planos) y construir teoría (relacionar conceptos y categorías y temas)”. (Hernández et al., 2010, p.470). Martínez (2006, p.127) agrega que Atlas.ti es el programa “más indicado para llevar a cabo la tarea básica que enfrentan muchas investigaciones cualitativas, que tratan de integrar, en una red estructural compleja, las realidades poliédricas que nos presentan los procesos psicológicos, los sociales, los antropológicos, los sociopolíticos y otros”.

Este programa fue utilizado en esta investigación principalmente para establecer las categorías y en ellas agrupar las respuestas de los niños para posteriormente realizar manualmente el análisis de datos. El programa funciona de la siguiente manera: “en la pantalla se puede ver un conjunto de datos o un documento [...] y la codificación que va emergiendo en el análisis. Realiza conteos y visualiza la relación que el investigador establezca entre las unidades, categorías, temas, memos y documentos primarios”. (Hernández et al., 2010, p. 470). De manera

que en cada categoría establecida se iban agrupando las respuestas, con su consecuente cantidad de apariciones durante todo el *focus group*, lo que facilitó el proceso al momento de redactar los resultados, porque permitió visualizar los gustos, preferencias y razones de consumo televisivo de los niños, entre otros aspectos, directamente agrupados en cada categoría, agilizando el proceso, al no tener que revisar todo el documento cada vez que se analizaba cada una de las categorías.

Cabe señalar que los cuatro *focus group* fueron analizados de la misma forma y a continuación se explica cada una de las categorías que surgieron de la codificación de los datos, que en su mayoría fueron orientadas por las establecidas en el trabajo de Elgueta et al. (2013) en su estudio sobre televisión y niños.

-Tiempo destinado a ver televisión: Esta categoría coincide con la establecida por los autores Elgueta et al. (2013) que se refiere a la cantidad aproximada de horas que los alumnos de quinto a octavo básico dedican a ver programas de televisión, tanto los días de semana como los fines de semana.

-Gustos infantiles: Coincidiendo con los establecido por Elgueta et al. (2013), esta categoría corresponde a las preferencias de los niños a programas que están específicamente dirigidos a la audiencia infantil, como por ejemplos: dibujos animados.

-Gustos no infantiles: Siguiendo con Elgueta et al. (2013), esta categoría se refiere a las preferencias televisivas orientadas a programas no dirigidos al segmento infantil, principalmente por su contenido, pero que son de preferencia de los niños.

En esta investigación se incluyó dentro de esta categoría la serie animada de televisión “Los Simpson”, transmitida por Canal 13 en horario infantil, pero que de acuerdo a TV Parental Guidelines (1997) -clasificación de programas de televisión por edades usada en Estados Unidos y en la mayoría de los países- tiene la

categorización TV-PG, usada para los programas que deben ser vistos bajo la supervisión de un adulto.

-Razones y preferencias: Corresponde a los motivos por los que los niños de quinto a octavo básico ven televisión y a la preferencia en cuanto a géneros televisivos y canales.

-Lugar y medio de consumo televisivo: Esta categoría se refiere al espacio en el hogar donde los niños ven televisión, así mismo si tienen televisor en sus habitaciones y si ven por ese aparato o utilizan otras plataformas como computadores o celulares.

-Actividades simultáneas con la televisión: Corresponde a todas las actividades que realizan los niños al mismo tiempo que ven televisión.

-Control de los padres: Siguiendo con Elgueta et al. (2013), se refiere a la restricción por parte de los padres en relación al consumo televisivo de sus hijos, si comparten la elección programática con ellos y la comentan o si les prohíben algunos contenidos, entre otros aspectos.

-Enseñanzas de la televisión: Esta categoría corresponde a todo aquello que los niños aprenden de la televisión, ya sea para el colegio o como algo para aplicar en sus vidas.

-Similitud con la realidad: Se refiere a la opinión de los niños al relacionar lo que aparece en televisión con sus vidas.

-Efectos de la televisión sobre la conducta de las personas: Siguiendo con Elgueta et al. (2013), corresponde a la influencia detectada por los niños que ejerce la televisión sobre ellos o alguien cercano.

-Rechazo a ciertos contenidos: Esta categoría se refiere a aquellos contenidos o actitudes presentes en programas televisivos que molestan o han molestado en alguna ocasión a los niños.

-Uso del tiempo libre: Corresponde a todas las actividades realizadas por los niños cuando no se encuentran en el colegio y sus actividades preferidas en sus momentos de ocio.

-¿Qué les gustaría ver en televisión?: Esta categoría fue planteada como pregunta a modo de concluir qué tipo de programas esperan ver los niños por televisión abierta, ya sea para que les ayude con el colegio o de forma personal.

4. CUARTA PARTE: RESULTADOS

4.1 RESULTADOS Y ANÁLISIS DE FOCUS GROUP

Tal como se indicó anteriormente, el instrumento de recolección de datos utilizado en esta investigación fue el *focus group* aplicado a los cursos quinto, sexto, séptimo y octavo básico del Colegio Caleta San Pedro en la ciudad de La Serena. Esta herramienta se compuso de veintiséis preguntas abiertas, divididas en primera instancia en tres categorías: Hábitos de consumo/ Preferencias, Control Parental e Influencias, que luego con la ayuda del programa Atlas.ti fueron reorganizadas en doce: Tiempo destinado a ver televisión, Gustos infantiles, Gustos no infantiles, Razones y preferencias, Lugar y medio de consumo televisivo, Actividades simultáneas con la televisión, Control de los padres, Enseñanzas de la televisión, Similitud con la realidad, Efectos de la televisión sobre la conducta de las personas, Rechazo a ciertos contenidos, Uso del tiempo libre y ¿Qué les gustaría ver en televisión?

En la aplicación del *focus group* participaron 41 estudiantes. Los resultados se presentarán primero por curso y después a partir de un análisis comparativo entre los dos niveles más bajos y los dos cursos superiores.

4.1.1 Resultados de quinto básico

Tiempo destinado a ver televisión

Los alumnos de este nivel se caracterizan por la diversidad en cuanto al tiempo que destinan a ver televisión, desde niños que ven una hora al día a estudiantes que sobrepasan las ocho horas diarias. La mayoría de los alumnos de este nivel declararon ver televisión a cualquier hora, incluso hasta altas horas de la noche, sobre todo los fines de semana. Llama la atención que hay niños que ven televisión hasta altas horas de la madrugada, sin mayor control por parte de los padres. Datos que se alejan de lo dicho en el último Anuario Estadístico de Oferta

y Consumo de TV Abierta elaborado por el CNTV (2013), donde se indicaba que el promedio de consumo televisivo de niños hasta doce años era de 1,5 horas diarias. En esta investigación destacan las siguientes respuestas, que expresan lo dicho por los alumnos del nivel.

“Los fines de semana yo me levanto a las cinco de la mañana y me quedo viendo la tele hasta las tres de la mañana... Primero de las cinco de la mañana, pasa la tarde y en la noche”. (Estudiante, 11 años).

“Los fines de semana veo tele del día a la noche”. (Estudiante, 10 años).

“Yo veo de cuando llego del colegio... Veo hasta las siete y después voy a ver cable”. (Estudiante, 10 años).

“Veo dos horas y después me voy a jugar”. (Estudiante, 11 años).

“Los fines de semana de las ocho hasta las cinco de la tarde y los días de semana como cinco o cuatro horas”. (Estudiante, 11 años).

“Los días de semana como cuatro o cinco horas y los fines de semana como unas diez”. (Estudiante, 10 años).

“Yo a veces una hora o dos horas”. (Estudiante, 11 años).

Gustos infantiles

Este curso se caracteriza por ver mucha televisión y se pudo identificar que los niños conocen una gran cantidad de programas, pero sus gustos no están principalmente orientados a programas infantiles, siendo solo dos programas de este tipo los más vistos por estos niños: “Los Pitufos” transmitidos por UCV y “Los Caballeros del Zodiaco” transmitido por ETC TV, que forma parte de la red Mega

y causó confusión en algunos alumnos que no diferenciaron entre el cable y la televisión abierta, lo que podría ser un indicio de la falta de programación infantil en señal abierta. Estos programas se repiten en casi todos los alumnos del curso, pero son sobrepasados por la cantidad de teleseries y series vistas por cada uno de los estudiantes. Es importante mencionar que los niños identifican solo un área infantil de la televisión abierta, como Cubox, el área infantil de Canal 13, que forma parte de la parrilla programática los días sábado de 8 A.M. a 12 P.M. y domingo de 9 A.M. a 12 P.M.. En esta categoría, destacan opiniones como las siguientes, que corresponden a los niños que ven programas infantiles.

“Yo en la mañana cuando me despierto, a veces veo Los Pitufos⁶”.
(Estudiante, 11 años).

“Yo igual veo Los Pitufos”. (Estudiante, 10 años).

“Yo igual”. (Estudiante, 10 años).

“... Los Pitufos y después de Los Pitufos veo Pucca⁷”. (Estudiante, 10 años).

“Parece que en el Mega dan Los Caballeros del Zodiaco⁸”.
(Estudiante, 11 años).

“... Los Caballeros de Zodiaco es buena”. (Estudiante, 10 años).

⁶ Serie de dibujos animados transmitida por UCV de lunes a viernes a las 6:50 AM. (<http://www.ucv tv.cl/programa-los-pitufos.php>).

⁷ Serie de dibujos animados transmitida por UCV los días sábados a las 21 horas. (<http://www.ucv tv.cl/programa-pucca.php>).

⁸ Serie de dibujos animados transmitida de lunes a viernes a las 22 y 03:30 horas y domingos a las 21 horas. Es transmitida por ECT TV, canal del cable que forma parte de la red Mega. (<http://www.etc.cl/v2/series/caballeros-del-zodiaco/>).

“Veo el Cubox en la mañana”. (Estudiante, 12 años).

Gustos no infantiles

Como se mencionó anteriormente, los gustos de los alumnos de este nivel están en su mayoría orientados a programas para público juvenil y adulto, sobre todo los días de semana, donde el horario de transmisión de programas infantiles es breve y se ven más expuestos a programación no apta para ellos. Cabe destacar que solo un 8,6% de la oferta programática general de la televisión chilena está destinada al público infantil (CNTV, 2013). Este grupo de niños es gran consumidor de televisión abierta y gran conocedor de programas que dan sobre todo en horario nocturno. Entre los programas más vistos por ellos están dibujos animados para adultos como “Los Simpson”, el programa de entretenimiento y humor para adultos “Morandé con Compañía”, transmitido por Mega los días viernes y sábado a partir de las 22:15 horas, la serie chilena “Casado con hijos”, de carácter familiar, transmitida por Mega al mediodía y pasada las dos de la madrugada, la serie mexicana “La Rosa de Guadalupe”, de género dramático, que aborda temas como la prostitución, abuso de drogas y violencia intrafamiliar y es transmitida por La Red de lunes a viernes a las 18 horas y la serie de ficción estadounidense “CSI”, que gira en torno a un grupo de científicos forenses y criminólogos y es transmitida por Canal 13 pasada la medianoche.

En esta categoría destacan las siguientes respuestas, que abarcan lo dicho por la mayor parte del curso.

***“Veo Los Simpson en la tarde... cuando llego de la escuela, por el 13”.
(Estudiante, 10 años).***

***“Me gustan Los Simpson, La Rosa de Guadalupe y Morandé con
Compañía”. (Estudiante, 12 años).***

“Veo Morandé con Compañía y La Rosa de Guadalupe y en la noche cuando llego de jugar de la calle, me gusta poner el nueve porque dan Hawaii Five-0⁹ o sino Mentas Criminales¹⁰. Eso es lo que más me gusta”. (Estudiante, 11 años).

“CSI, lo veo... Es bacan CSI”. (Estudiante, 11 años).

“Yo veo una novela que se llama Soy tu dueña”¹¹. (Estudiante, 10 años).

“Yo en la noche veo el Mega, Las Mil y Una Noches¹². Y el día sábado, el fin de semana me gusta ver el 13, el Mega y todos los demás canales... Morandé con compañía. (Estudiante, 11 años).

“Morandé con compañía igual”. (Estudiante, 10 años).

“Yo en la tarde veo el siete, Como dice el dicho¹³ y La Rosa de Guadalupe. Después me cambio a Los Simpson y después me cambio

⁹ Serie de televisión estadounidense de crimen y drama, transmitida por UCV los días viernes, sábado y domingo pasada las 21 horas. (www.ucv tv.cl).

¹⁰ Serie de televisión de drama psicológico, transmitida por UCV los días jueves y domingo pasada las 22 horas, horario calificado en Chile para mayores de 18 años. (www.ucv tv.cl).

¹¹ Telenovela mexicana transmitida por Mega de lunes a viernes a las 17 horas. (www.mega.cl).

¹² Serie de televisión turca transmitida por Mega de domingo a jueves pasada las 22 horas. Horario calificado en Chile para mayores de 18 años. (<http://www.mega.cl/programas/las-mil-y-una-noche/>).

¹³ Serie de televisión mexicana que trata temas como la violencia familiar, crisis económica y abuso de drogas. Es transmitida por La Red de lunes a viernes a las 17 horas. (<http://www.televisa.com/programas-tv/como-dice-el-dicho/> y www.lared.cl).

a El amor lo manejo yo¹⁴. De ahí me cambió al Mega a ver noticias...”.
(Estudiante, 11 años).

Razones y preferencias

Como se ha notado a partir del análisis de las categorías anteriores, la televisión forma parte importante de la rutina de los alumnos de quinto básico, quienes tienen como principal razón de consumo televisivo entretenerse, coincidiendo con un estudio del CNTV (2012) donde se indica que la televisión es vista por los niños como una forma para entretenerse y relajarse después de la jornada escolar u otras actividades, ocupando gran parte del tiempo. La segunda razón más común entre los niños fue ver televisión para informarse, concordando con lo dicho por Souza (2012) en un estudio sobre el consumo infanto-juvenil, donde indica que el consumo de programas entre niños de 4 a 12 años en televisión abierta se concentra, en primer lugar en noticiarios. En el caso de estos alumnos, ven la edición central de las noticias, principalmente para informarse sobre lo que pasa en Chile. En esta categoría, destacan las siguientes respuestas expresadas por los alumnos.

“Cuando estoy aburrido veo tele”. (Estudiante, 11 años).

“Porque... para no aburrirme”. (Estudiante, 10 años).

“Para entretenerme, para saber que pasa en Chile y en el mundo, para divertirme, para aprender cosas”. (Estudiante, 11 años).

“Para entretenerme, para ver comedias, sobre todo en las noches”.
(Estudiante, 11 años).

¹⁴ Telenovela chilena transmitida por TVN de lunes a viernes a las 20 horas. (www.tvn.cl).

“Yo veo comedias en las tardes... Para divertirme y aprender”.
(Estudiante, 10 años).

“Para ver que pasa en tu país”. (Estudiante, 10 años).

“Porque me puedo informar en las noticias... Partido”. (Estudiante, 12 años).

“Porque me informo a veces en las noticias...”. (Estudiante, 11 años).

Las preferencias televisivas de estos alumnos son variadas, orientadas principalmente a programas del género de ciencia ficción, como películas, teleseries, series y dibujos animados. No ven programas de tele-realidad, pero lo mayoría de ellos ve la edición central de las noticias. Estos datos coinciden con una reseña de Souza (2012, p.3) donde indica que el consumo programático en niños de esta edad “se concentra, en primer lugar en noticiarios, en segundo lugar, misceláneos (que incluyen los programas juveniles); en tercero, series y miniserias, luego teleseries y en quinto lugar, películas”. Los canales más vistos por estos estudiantes, según las veces que se nombraron durante la realización del *focus group*, son Canal 13, Mega y UCV. En esta parte de la categoría, destacan las siguientes respuestas expresadas por los alumnos.

“Yo veo monitos animados, noticias, comedias”. (Estudiante, 10 años).

“Yo en la noche veo cine... En el Mega”. (Estudiante, 11 años).

“Yo en la mañana cuando me despierto, a veces veo Los Pitufos”.
(Estudiante, 11 años).

“Dibujos animados y algunas películas de acción... Por el Mega”.
(Estudiante, 11 años).

“A veces en la noche veo el nueve. Me gusta verlo porque dan Mentas Criminales”. (Estudiante, 11 años).

“Yo veo películas, veo novelas y veo monitos animados”. (Estudiante, 10 años).

Cabe destacar que la mayoría de los niños pertenecientes a este nivel ya saben qué programa sintonizar cuando prenden la televisión, porque tienen sus preferencias programáticas claras, pero también una parte importante de ellos hace zapping, siempre o regularmente. Frente a las preguntas **“Cuando encienden el televisor, ¿saben que programa sintonizar? O ¿Hacen zapping?”**, destacan las siguientes respuestas, que abarcan lo expresado por los alumnos.

“Yo coloco el nueve, nunca he hecho zapping”. (Estudiante, 11 años).

“Yo hago zapping... Algunas veces nomas”. (Estudiante, 10 años).

“Yo a veces le pongo el número y a veces hago zapping”. (Estudiante, 10 años).

“Yo hago zapping cinco horas... A cada rato cambio”. (Estudiante, 11 años).

“Yo también la cambio un rato para ver que dan”. (Estudiante, 10 años).

“Yo lo tengo programado ya, lo pongo en el siete para esperar La Rosa de Guadalupe o Como dice el dicho”. (Estudiante, 11 años).

“Yo ya lo tengo listo para ver”. (Estudiante, 12 años).

“Yo la tengo programada”. (Estudiante, 10 años).

“Como media hora haciendo zapping”. (Estudiante, 11 años).

Lugar y medio de consumo televisivo

El televisor está presente en diversos espacios de los hogares de los niños de este curso, formando parte de distintos momentos de su rutina diaria, porque, según declararon varios alumnos, en sus casas se mantienen durante todo el día los televisores prendidos. Pese a ello, la mayoría de estos estudiantes tiende a ver televisión en sus dormitorios. De los trece alumnos, solo dos no poseen televisor en su habitación y la ven en espacios comunes de sus casas, como el living o comedor. Estos datos son comparables con un estudio de Souza (2012), donde señala que en el caso de Santiago y enfocándose en una muestra de 401 casos de niños y adolescentes de entre 9 y 16 años, se constato que el 80% de los niños y jóvenes presentan televisión en sus dormitorios.

Frente a la pregunta **“¿Tienen televisión en sus dormitorios?”**, destacan las siguientes respuestas:

“Yo si tengo, pero mi hermano no”. (Estudiante, 12 años).

“Yo tengo un plasma”. (Estudiante, 10 años).

“También tengo tele en la pieza”. (Estudiante, 10 años).

“... Pero una chiquitita”. (Estudiante, 10 años).

“Si, si tengo”. (Estudiante, 10 años).

“Yo no”. (Estudiante, 11 años).

“Tengo tele en mi pieza, tengo un plasma... Me encierro en mi pieza a ver tele y no salgo como hasta las ocho”. (Estudiante, 11 años).

“Arriba en mi pieza, arriba se mantienen dos teles prendidas todo el día y abajo...”. (Estudiante, 11 años).

En cuanto al medio por el que consumen televisión, la mayoría de estos alumnos utiliza el televisor para ver sus programas favoritos. Sin embargo, varios declararon haber visto alguna vez televisión por internet y solo dos estudiantes dijeron hacerlo actualmente. Los demás señalaron utilizar los celulares o computadores solo para acceder a redes sociales o jugar, coincidiendo con un estudio donde se señala que en el caso del consumo televisivo desde otras plataformas, el 34% de los niños declaró haber visto televisión por Youtube, el 15% a través de los sitios de los canales en internet, el 10% a través del celular y 57% declaró que no usaba otra plataforma para ver televisión (Montenegro, 2012).

Frente a la pregunta **“¿Ven televisión por internet?”** destacan las siguientes respuestas, que corresponden a los estudiantes que ven o han visto televisión por internet.

“Yo veía El Barco¹⁵, pero por internet algunas veces”. (Estudiante, 11 años).

“En el computador de mi prima... Veo las novelas con mi vecina y antes veíamos El Barco, el que daban en el Mega”. (Estudiante, 10 años).

“Yo antes veía por mi abuela una comedia que no sé cómo se llamaba”. (Estudiante, 11 años).

¹⁵ Serie de televisión española de televisión de drama, misterio y acción, que se transmitió el año 2013 por Mega en horario calificado en Chile para mayores de 18 años. (www.mega.cl).

“Yo veía una comedia llamada Avenida Brasil¹⁶... La vi en internet”.
(Estudiante, 10 años).

“Yo antes veía una serie... Esa... El Internado”¹⁷. (Estudiante, 10 años).

“Yo veo La Rosa de Guadalupe”. (Estudiante, 12 años).

“Yo me meto en youtube, en el facebook”. (Estudiante, 11 años).

“No, puro face¹⁸ nomás ahí”. (Estudiante, 11 años).

Actividades simultáneas con la televisión

Al preguntarle a estos niños si mientras ven televisión realizan otras actividades, la mayoría de los estudiantes de este nivel declaró que no se concentra solamente en ver televisión, sino que realiza otras acciones a la vez, principalmente comer y usar el celular o computador. Cabe destacar que de todas las actividades mencionadas por los niños, solo cuatro estudiantes declararon hacer las tareas o estudiar viendo televisión, ya que la mayor parte de ellos se desconcentra con el televisor. En esta categoría destacan las siguientes respuestas:

“Yo juego al teléfono y también veo la tele”. (Estudiante, 10 años).

“Yo hago el aseo”. (Estudiante, 12 años).

¹⁶ Telenovela brasileña transmitida por Canal 13 a las 15 horas, entre el año 2013 y principios de 2014. (www.canal13.cl).

¹⁷ Serie de suspenso y misterio transmitida por Mega a principios de 2014 a las 22:30 horas, horario calificado en Chile para mayores de 18 años. (www.mega.cl).

¹⁸ Refiriéndose a la red social Facebook.

“Yo bajo a buscar comida, a veces me como un pan, no sé, a veces me pongo a ver tele y a jugar en el computador GTA”. (Estudiante, 10 años).

“... Subo para mi pieza, prendo la tele, bajo y veo que mi mamá hizo de ensalada. Sirvo la ensalada, le echo limón y la subo para arriba...”. (Estudiante, 11 años).

“Mientras veo tele, como”. (Estudiante, 10 años).

“Yo a veces me quedo leyendo”. (Estudiante, 10 años).

“Yo me desconcentro con la tele cuando estudio”. (Estudiante, 11 años).

“Yo veo tele y hago las tareas”. (Estudiante, 10 años).

Control de los padres

En la mayoría de los casos estos alumnos ven televisión acompañados, principalmente por alguien menor a ellos o de edad similar. De los trece alumnos, solo cuatro de ellos dijeron ver televisión siempre solos y tres declararon ver algunas veces con un adulto, lo cual podría significar que existe un bajo control de los padres sobre el consumo televisivo de sus hijos. Estos resultados coinciden con lo establecido por un estudio del CNTV (2012) acerca del consumo televisivo e imagen de los niños en televisión, donde se indica que tanto niños como niñas declaran ver televisión hasta tarde solos. En esta investigación destacan las siguientes respuestas:

“Yo veo sola, me encierro en mi pieza”. (Estudiante, 11 años).

“Algunas veces la veo con mis amigas”. (Estudiante, 12 años).

“Yo veo acompañado algunas veces con mi prima chica”.
(Estudiante, 11 años).

“Yo a veces solo, a veces acompañado... con mi mamá”. (Estudiante,
11 años).

“Casi la mayoría con mi tía y mi prima”. (Estudiante, 10 años).

“A veces sola, a veces con mi mamá o mi papá o con mis primas”.
(Estudiante, 10 años).

“Algunas veces solo, algunas veces no”. (Estudiante, 10 años).

El consumo programático de estos niños en su mayoría es una elección compartida, generalmente con primos o amigos. Sin embargo, cuatro estudiantes declararon escoger siempre ellos lo que ven en televisión, porque ven televisión solos. En esta parte de la categoría, destacan las siguientes respuestas expresadas por los alumnos.

“Yo lo escojo, porque a veces tomo té en mi pieza”. (Estudiante, 11 años).

“Lo elijo yo”. (Estudiante, 12 años).

“Yo decido”. (Estudiante, 10 años).

“A veces me la cambia mi prima y a veces cambio yo”. (Estudiante,
10 años).

“Yo a veces la cambio y mi sobrina se pone a llorar”. (Estudiante, 10 años).

“A veces, porque mis primos me los cambian y mi prima se pone a llorar y mi primo le cambia la tele. No me dejan ver tranquilo tele”.
(Estudiante, 11 años).

“Yo a veces... A veces yo elijo y a veces el Patricio cambia”.
(Estudiante, 11 años).

En cuanto a las transmisiones no calificadas para niños de su edad, a la mayoría de estos alumnos les prohíben ver algunos programas, en especial canales y programas con alto contenido sexual o películas con contenidos violentos. Pese a ello, estos alumnos se la ingenian para burlar el control de sus padres y lograr ver esos programas. Esto coincide con lo señalado en el informe de CNTV (2012) sobre el consumo televisivo e imagen de niños en televisión, donde tanto niños como niñas declaran tener algún tipo de restricción de horarios y programas que son considerados para adultos, pero que ellos igual ven televisión hasta tarde solos. En este estudio destacan las siguientes respuestas:

“Sí, me prohíben Chipe Libre”¹⁹. (Estudiante, 11 años).

“... A mí antes no me dejaban ver unos monitos que eran sangrientos. Yo tenía tres años y me metí por debajo de la puerta y los vi, acostado sí. Era Happy Tree Friends”²⁰. (Estudiante, 11 años).

“A mí las porno mi mamá”. (Estudiante, 11 años).

“Cosas cochinas como porno, no me dejan ver... Mi mamá, mi abuela, mi papá, toda la familia ”. (Estudiante, 12 años).

¹⁹ Telenovela chilena transmitida de lunes a jueves pasada las 22 horas por Canal 13. Por su contenido y horario está calificada para mayores de 18 años.

²⁰ Serie de animación para adultos, de humor violento y sangriento. Es transmitida a través del cable. (<http://www.mondomedia.com/shows/happytreefriends/>).

“A mí me prohíben ver canales y las porno... Porque a veces sueño”.
(Estudiante, 10 años).

“Las películas sangrientas... Mi abuela, porque ella está a cargo de mí”. (Estudiante, 11 años).

“Mi mamá está durmiendo y yo lo prendo”. (Estudiante, 11 años).

A pesar de que la mayoría de los niños de este nivel ve televisión sin la presencia de un adulto, si comentan lo que ven con sus padres, sobre todo las noticias, teleseries y dibujos animados para adultos como “Los Simpson”. Solo hay dos alumnos que no comentan los que ven con sus papás, principalmente porque según declararon, a sus padres no les interesa lo que ven en televisión.

En esta parte de la investigación destacan las siguientes respuestas expuestas por los alumnos de este curso.

“Yo comento las noticias”. (Estudiante, 11 años).

“Yo, los monitos animados”. (Estudiante, 10 años).

“Sí, a veces Los Simpson... Con el Pato, con el Paul... Con mi papá igual a veces”. (Estudiante, 10 años).

“Sí, Los Simpson... No les interesa lo que veo, porque lo que veo más es puro fútbol”. (Estudiante, 12 años).

“Sí... Todo”. (Estudiante, 10 años).

“Hasta las películas sangrientas... Y no me retan”. (Estudiante, 11 años).

“Ah sí, la chica sándwich”²¹. (Estudiante, 11 años).

“No, a mi papá no le interesa”. (Estudiante, 12 años).

Durante toda esta parte de la categoría relacionada con el control de los padres sobre el consumo televisivo de sus hijos, se puede inferir que en este curso no existe un mayor control por parte de los adultos, ya que si bien les prohíben ciertos contenidos, los niños de igual forma lo ven. Llama la atención el hecho que varios niños señalaron ver televisión hasta altas horas de la madrugada, donde la programación está calificada para mayores de 18 años, lo cual se demuestra en declaraciones que indican que sus padres no los reprenden si se quedan viendo televisión hasta altas horas de la noche. De los 13 alumnos de este curso, solo tres dijeron tener horario para ver televisión. En esta parte de la categoría, destacan las siguientes declaraciones:

“A mí me dejan ver tele hasta la una los días de semana y los fines de semana hasta las cuatro”. (Estudiante, 11 años).

“Yo tengo horario, pero no lo cumplo”. (Estudiante, 12 años).

“No, yo igual tengo horario hasta las cinco de la mañana... Los fines de semana”. (Estudiante, 11 años).

“No, pero me mandan a acostar... Como las once y media”. (Estudiante, 10 años).

“No, yo siempre me duermo a las diez”. (Estudiante, 12 años).

²¹ Sherezade, protagonista de la serie de televisión turca Las Mil y Una Noches, transmitida por Mega de domingo a jueves pasada las 22 horas. Horario calificado en Chile para mayores de 18 años. (<http://www.mega.cl/programas/las-mil-y-una-noche/>).

“No, a mi hasta que pongo el reloj y se me apaga”. (Estudiante, 10 años).

“No, a mi no... A mí me van a ver nomas lo que estoy haciendo... Pero cuando estoy en el computador, cuando tengo internet, me retan y me dicen ‘apaga esa cuestión’”. (Estudiante, 11 años).

Si bien solo tres alumnos de quinto básico declararon tener horario para ver televisión, a la mayoría de ellos los han castigado en más de una ocasión sin ver televisión y solo a tres de ellos no. Acción que podría demostrar que sus padres consideran el televisor como una fuente importante de distracción en sus hijos. En esta parte del estudio, destacan las siguientes respuestas:

“A mí me castigaron por no traer la tarea. No sabía y no le dije a mi mamá, y un niño le dijo a su mamá y se enteró”. (Estudiante, 10 años).

“A mí me castigan a veces cuando llego tarde... Llego, me voy al trabajo de mi mamá y allí está mi familia y empiezo a jugar lota... Me castigan con la tele siempre que llego tarde de la lota”. (Estudiante, 10 años).

“Sí, por no traer la tarea”. (Estudiante, 10 años).

“Si, a veces cuando me saco malas notas”. (Estudiante, 11 años).

“No, yo siempre veo televisión... Me castigan por tres horas o un día, después mi papá se olvida”. (Estudiante, 11 años).

“Nunca me castigan”. (Estudiante, 10 años).

Enseñanzas de la televisión

En general todos los niños de este curso declararon que les enseña algo los programas que ven en televisión, ya sea cosas útiles como conceptos o palabras nuevas y valores como ser solidario o valorar las cosas que tienen, principalmente. En este nivel se notó que los niños en su mayoría captan los valores que les transmiten algunos programas de televisión y solo un alumno declaró que la televisión no le aporta en nada. Los noticiarios y el deporte son los dos géneros que más enseñan según declararon estos estudiantes.

Frente a las preguntas “**¿La televisión les enseña algo?, ¿los programas que ven les enseñan valores?**”, destacan las siguientes respuestas:

“Me enseña a no picarse”. (Estudiante, 10 años).

“Sí, a ser solidario”. (Estudiante, 11 años).

“Que no tengo que dejar un plato de comida tirado”. (Estudiante, 10 años).

“Las noticias... Como no matar”. (Estudiante, 10 años).

“La otra vez vi un reportaje de unos niñitos que vivían en el cerro y tenían que viajar mucho para ir a la escuela y yo que vivo al frente, casi al frente, llego tarde y ellos tienen que levantarse a las cinco de la mañana... Me enseñó a que no hay que ser flojo y a los niñitos les gusta ir al colegio”. (Estudiante, 11 años).

“A veces las noticias... La palabra que no entiendo y el significado”. (Estudiante, 10 años).

“Palabras nuevas”. (Estudiante, 10 años).

“A no ser tan cochino para jugar”. (Estudiante, 12 años).

En cuanto a enseñanzas relacionadas con el colegio, casi todos estos alumnos dijeron que lo visto en televisión les ha servido para realizar tareas o rendir en una prueba, siendo los noticiarios el género que más los ha ayudado en esos casos. Sin embargo, ninguno de ellos señaló que la televisión les ha servido para solucionar problemas en su vida diaria.

Frente a la pregunta “**¿Alguna vez, de lo que han visto en televisión abierta, les ha servido para hacer una tarea?**”, destacan las siguientes respuestas expresadas por los alumnos.

“A mí me sirvió para la prueba de ciencias naturales”. (Estudiante, 10 años).

“Sí, para una tarea que nos pidió la profesora Olga de las noticias”. (Estudiante, 12 años).

“Si, en un episodio estaba viendo Jackas²² y luego me podía servir para hacer un trabajo de programas de televisión”. (Estudiante, 12 años).

“Para hacer trabajos en la escuela”. (Estudiante, 11 años).

“Una vez la señorita estaba ensayando con nosotros, la señorita Yocelyn, de la noticia y nos hizo escribir una noticia”. (Estudiante, 10 años).

“En clases de lenguaje, cuando la señorita nos enseñó a hacer la noticia y me di cuenta que la noticia de la televisión es la misma que está en la noticia escrita”. (Estudiante, 11 años).

²² Serie de televisión de comedia que era transmitida por el canal de cable MTV. (<http://www.mtvla.com/tv/jackass/>).

Similitud con la realidad

En general los alumnos de quinto básico declararon no sentirse identificados con las personas que aparecen en televisión, sobre todo en cuanto a aspectos físicos, que fue lo más mencionado durante la realización del *focus group*. Solo hay dos estudiantes que encuentra similitudes entre su realidad y lo que ve en televisión. Declaraciones que coinciden en parte por lo señalado en un estudio del CNTV (2012) que indica que niños y adolescentes no se identifican con sus pares que aparecen en televisión, en especial en la televisión abierta y tienen una posición crítica al respecto. No se sienten reflejados y desean ver personas más reales, más parecido a ellos en televisión, en relación a ello, cuando a estos estudiantes se les preguntó si les gustaría verse reflejados en la pantalla grande, las opiniones fueron divididas, a algunos alumnos les gustaría ver niños como ellos, mientras que otros están conformes con lo que ven.

Frente a la pregunta “**¿Sienten que las personas que aparecen en televisión se parecen a ustedes?**”, destacan las siguientes declaraciones de los alumnos que respondieron.

“No, porque yo soy más bonita... Son diferentes... En cara, de color, de todo”. (Estudiante, 11 años).

“No sé, porque son de otra forma, de otro color, tienen otra piel más sensible... El pelo”. (Estudiante, 11 años).

“No creo...Porque nadie de la tele juega Minecraft”. (Estudiante, 11 años).

“Son distintos”. (Estudiante, 11 años).

“Yo conozco a alguien, el Alain se parece un poquito a el Tarro porque antes saltaba”. (Estudiante, 11 años).

“Casados con hijos... Sí”. (Estudiante, 12 años).

Efectos de la televisión sobre las conductas de las personas

Solo cuatro estudiantes de este nivel reconocieron que los contenidos aparecidos en televisión influyen en la conducta de las personas, concordaron principalmente al identificar que uno de sus compañeros en una ocasión imitó un comportamiento visto en televisión. Los efectos al igual que en el estudio de Elgueta et al. (2013) los identificaron en terceras personas y no sobre ellos mismos, a excepción de un alumno.

Frente a la pregunta **“¿Ustedes creen que la televisión influye en las conductas de las personas?”**, destacan las siguientes declaraciones, de los estudiantes que respondieron.

“Sí”. (Estudiante, 10 años).

“Sí... Como el gatito... Lo vio en televisión y lo hizo”. (Estudiante, 11 años).

“A mí me prohíben ver películas sangrientas porque yo una vez lo hice con un gatito, le corté la cabeza y después le saqué los órganos”.
(Estudiante, 11 años).

“A veces... Mal”. (Estudiante, 11 años).

Rechazo a ciertos contenidos

Como se ha mencionado anteriormente, los niños de este curso son grandes consumidores y conocedores de la programación de la televisión abierta. Por la misma razón, notan ciertos contenidos o actitudes que se repiten en algunos programas y que les molestan, sobre todo aquellas relacionadas con el fútbol y

programas nocturnos de conversación, apuntando principalmente a aquellos donde hablan mal de otras personas.

Frente a la pregunta “**¿Hay algún programa, escena o actitud vista en televisión abierta que les haya molestado?**”, destacan las siguientes opiniones de los alumnos que respondieron.

“A mí sí... Cuando pelan a alguna persona”. (Estudiante, 11 años).

“Cuando en ¿Qué Pachó?²³ andan puro pelando a la gente”. (Estudiante, 10 años).

“Lo mismo que Alain dijo... Lo del ¿Qué Pachó?”. (Estudiante, 11 años).

“Cuando Pinilla se echó el palo”. (Estudiante, 11 años).

“... Estaban puro pelando a la gente”. (¿Qué Pachó?) (Estudiante, 10 años).

Uso del tiempo libre

Si bien la televisión forma parte importante de la rutina diaria de estos estudiantes por la cantidad de horas y programas que ven, ver televisión no está entre sus actividades favoritas a la hora de elegir qué les gusta hacer con su tiempo de ocio. Todo este grupo de estudiantes prefiere salir con amigos o jugar. En esta parte de la investigación, destacan las siguientes declaraciones:

²³ Programa de televisión en vivo, donde se abordan temas de pareja, actualidad y humor. Es transmitido por UCV de lunes a viernes a las 21 horas.

“Me pongo a jugar al Xbox, me quedo jugando al celular, salgo un rato a jugar con mi tío Marcelo a la pelota, después voy al bosque a andar en bicicleta...”. (Estudiante, 11 años).

“Yo juego play, veo tele y luego juego a la pelota con la Fernanda”. (Estudiante, 10 años).

“Jugar con mis primos, ir para Las Compañías y andar en moto”. (Estudiante, 11 años).

“Ir a buscar a mi amigo, jugar play.

“Jugar con mi prima al frente de mi tata, porque a veces está solito”. (Estudiante, 10 años).

“Salir y jugar a la pelota”. (Estudiante, 11 años).

“Jugar con mis amigas en la plaza”. (Estudiante, 12 años).

“Algunas veces veo tele... Salir para afuera a jugar”. (Estudiante, 10 años).

Ver televisión no es mencionada por los alumnos como su actividad favorita cuando no están en el colegio, pero ésta forma parte de sus rutinas sobre todo los días de semana, donde aunque no es prioridad, fue nombrada en casi todas las declaraciones de los alumnos cuando se les preguntó **“¿Qué es lo primero que hacen cuando llegan del colegio?”**. Cabe destacar que varios declararon que llegan viendo televisión, porque en sus hogares se mantienen los televisores encendidos durante todo el día. Destacan las siguientes declaraciones:

“Yo llego a la casa, dejo mi mochila en la escalera y luego como algo y luego subo, ordeno la mochila y empiezo a escuchar música”. (Estudiante, 12 años).

“Yo llego, tiro la mochila, reviso si es que tengo tarea y si tengo no la hago, la hago después, al día siguiente y me pongo a ver tele”. (Estudiante, 11 años).

“Llego a la casa, hago mi pieza, dejo todo ordenado para la escuela, después a veces voy para donde mi prima, le digo si voy a jugar o no, después llego a ver Los Simpson, mi mamá se va a trabajar, cuido a mi hermanita con mi tía y después me quedo viendo tele”. (Estudiante, 10 años).

“¿Cuando yo llego del colegio?... Hago mi cama, me sacó la ropa y luego reviso los cuadernos si tengo tarea... Y después si no tengo tarea, me pongo a ver monos”. (Estudiante, 10 años).

“Yo tiro mi mochila, voy a cambiarme ropa, veo si tengo tarea y salgo para afuera a andar en bici”. (Estudiante, 11 años).

“Dejo mi mochila en el sillón, veo un rato tele, me meto un rato en el netbook o sino en el computador y después me voy a jugar afuera, en la casa de mi prima”. (Estudiante, 11 años).

“Yo llego, igual hago la cama, hago las tareas, me cambio y me pongo a jugar en el computador”. (Estudiante, 11 años).

¿Qué les gustaría ver en televisión?

Al finalizar la aplicación del *focus group* se les preguntó a los niños si les gustaría ver programas de televisión con contenidos que les ayuden tanto en el colegio como de forma personal, a lo que todos los alumnos respondieron que desearían tener una televisión abierta que muestre tales programas, ya sea para su desarrollo como estudiantes o como personas.

Frente a las preguntas “¿Les gustaría ver contenidos en televisión que los ayuden a ser mejores estudiantes? Y ¿Mejor persona?”, destacan las siguientes opiniones:

“Sí... El respeto”. (Estudiante, 12 años).

“Respetar a los profesores”. (Estudiante, 10 años).

“A mí los programas de básquetbol... Que me ayuden en la academia de básquetbol”. (Estudiante, 12 años).

“A no tomar”. (Estudiante, 11 años).

“A no robar”. (Estudiante, 11 años).

“Sí, las noticias”. (Estudiante, 11 años).

“Sí... Matemáticas”. (Estudiante, 10 años).

4.1.2 Resultados de sexto básico

Antes de exponer los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición en alumnos de sexto básico, es importante mencionar que los estudiantes de este curso se interrumpían entre ellos ante las preguntas realizadas, por lo tanto en algunas categorías se incluyó las preguntas de la monitora como una forma de orientar las respuestas de estos niños.

Tiempo destinado a ver televisión

Los alumnos de este nivel escolar se caracterizan por ver entre una hora y tres horas diarias de televisión. La mayoría de estos niños declaró sintonizar la televisión pasadas las seis de la tarde, cuando ya han vuelto del colegio y también

ver televisión pasadas las diez de la noche, especialmente durante los fines de semana, aún sabiendo que en ese horario la programación está destinada para mayores de 18 años. Lo anterior coincide con lo dicho en el Anuario Estadístico Oferta y Consumo de TV Abierta (2013), donde se reveló que un 77,5% de los niños de entre cuatro y doce años ven programas en horario para todo espectador y un 22,5% lo hace en horario nocturno.

Frente a la pregunta “**¿Cuántas horas al día ven televisión?**” destacan las siguientes respuestas expresadas por estos alumnos.

"Dos horas en la noche... Como desde las ocho". (Estudiante, 11 años).

"En la noche dos horas, de las diez en adelante". (Estudiante, 11 años).

"Yo como cinco minutos, porque después me voy a jugar con las niñas". (Estudiante, 12 años).

"De las seis hasta las nueve". (Estudiante, 11 años).

"Una". (Estudiante, 13 años).

Monitora: **¿Ven televisión pasada las diez de la noche?**

"Yo del viernes al sábado". (Estudiante, 12 años).

"Los viernes y los sábados". (Estudiante, 11 años).

"A veces". (Estudiante, 12 años).

"El viernes, sábado y domingo". (Estudiante, 11 años).

"Yo del viernes hasta el domingo". (Estudiante, 12 años).

Gustos infantiles

Los alumnos de este curso no se caracterizan por ver programas orientados a un público infantil. Solo un estudiante declaró ver un programa de esta área, “Cine Mágico”, que es transmitido por el canal de cable Disney Channel y consiste en un bloque donde dan películas infantiles de la compañía Disney. En este punto, cabe señalar que el alumno que nombró este segmento señaló que “Cine Mágico” es emitido por la señal abierta, pero al comprobar con la programación se constató que es transmitido por el cable. El hecho de que la mayoría de los niños de este curso no identificara bloques infantiles en televisión abierta, podría indicar que en esa señal hay cada vez menos espacio para el área infantil y como consecuencia, el consumo televisivo de programas dirigidos a ese segmento es cada vez menor. En esta categoría destaca la siguiente respuesta, que fue la única emitida en relación a este punto.

"En el 11... Cine Mágico... Sí, es infantil". (Estudiante, 12 años).

Gustos no infantiles

Como se mencionó anteriormente, este curso se caracteriza por ver programas no dirigidos a la audiencia infantil, sino a un público joven y adulto. La mayoría de estos niños dijeron sintonizar este tipo de programas tanto los días de semana como los fines de semana. Los programas más mencionados por estos alumnos fueron los dibujos animados para adultos “Los Simpson” y “Chipe Libre”, teleserie nocturna, de contenido altamente sexual, emitida por Canal 13 de lunes a jueves pasadas las diez de la noche. Las respuestas de estos estudiantes confirman lo señalado en un estudio del CNTV (2010) citado por Fuenzalida (2012), donde se reveló que durante el año 2010 los niños entre 4 y 12 años consumieron solo un 13,2% de programas dirigidos a ellos en la televisión abierta y un 78,2% de programas destinados a adultos y familias, El informe además dice que el bajo

consumo de programación infantil es consecuencia del escaso mercado televisivo dirigido a ese segmento.

En este estudio destacan las siguientes respuestas, que abarcan lo expresado por el curso en general.

"A mí me gusta Fatmagül²⁴ y Las Mil y Una Noches". (Estudiante, 12 años).

"Chipe Libre". (Estudiante, 12 años).

"Chipe Libre igual". (Estudiante, 12 años).

"En el 13, Los Simpson". (Estudiante, 13 años).

"Morandé con Compañía". (Estudiante, 11 años).

"El Club de la Comedia"²⁵. (Estudiante, 11 años).

"Juga2"²⁶. (Estudiante, 11 años).

Razones y preferencias

Si bien estos niños pasan casi todo el día en el colegio, dedican un tiempo importante a ver televisión, siendo, según declararon, las principales razones de consumo televisivo no aburrirse, informarse y entretenerse, reforzando lo

²⁴ ¿Qué culpa tiene Fatmagül? Serie de televisión turca transmitida por Mega de domingo a jueves a las 23 horas. Horario calificado en Chile para mayores de 18 años. (<http://www.mega.cl/programas/fatmagul/>).

²⁵ Programa chileno de humor, transmitido por Chilevisión los días lunes a las 22:30 horas. (http://www.chilevision.cl/el_club_de_la_comedia/).

²⁶ Programa chileno de concursos, transmitido por TVN los días viernes a las 22:30 horas. (<http://www.tvn.cl/programas/juga2/>).

señalado por Ander-Egg (1996) citado por Sevillano y Perlado (2005), quien indica que la televisión es una de las actividades favoritas en todo el mundo, cuyas principales razones de consumo son porque además de ser un ente de socialización, también transmite información y muestra modelos de conducta aceptados y no aceptados, entre otros aspectos, que son absorbidos principalmente por los niños.

Frente a la pregunta “**¿Por qué ven televisión?**” destacan las siguientes respuestas expresadas por los alumnos de este curso.

"Para informarme y entretenerme". (Estudiante, 11 años).

"Para informarme". (Estudiante, 11 años).

"Para no aburrirme". (Estudiante, 12 años).

"Para entretenerme". (Estudiante, 12 años).

"Para no aburrirme". (Estudiante, 11 años).

"Para entretenerme... No estar aburrida". (Estudiante, 11 años).

Las preferencias televisivas de estos alumnos están orientadas principalmente a contenidos no dirigidos a la audiencia infantil. Entre sus géneros favoritos se encuentran teleseries con alto contenido sexual y dibujos animados con violencia. El canal de transmisión de la mayoría de estos contenidos es Canal 13. Estos datos coinciden con el primer estudio sobre televisión realizado por Himmelweit et al. (1958), citado por Brunner (1993), donde se indica que los niños ven televisión con mayor placer cuando son programas dirigidos a todo público. El canal más visto por estos estudiantes, según las veces que se nombró durante la realización del *focus group*, es Canal 13.

Frente a las preguntas “**¿Qué ven en televisión? Y ¿Qué programas son sus favoritos?**” destacan las siguientes respuestas, que expresan lo dicho en general por el curso.

"Los Simpson en el 13". (Estudiante, 12 años).

"En el 13 Chipe Libre". (Estudiante, 11 años).

"Los Simpson". (Estudiante, 11 años).

"En el 13, Los Simpson". (Estudiante, 13 años).

En relación a si estos alumnos saben qué ver cuando encienden el televisor, existen opiniones divididas entre quienes saben que sintonizar y aquellos que están indecisos y hacen zapping. Frente a las preguntas “**Cuando encienden el televisor, ¿saben que programa sintonizar? O ¿Hacen zapping?**”, destacan las siguientes respuestas, que expresan lo dicho por el curso en general.

"Yo no hago, ya sé que ver". (Estudiante, 11 años).

"Zapping". (Estudiante, 11 años).

"Yo sí hago zapping". (Estudiante, 11 años).

"No, yo no". (Estudiante, 12 años).

Lugar y medio de consumo televisivo

El televisor se encuentra en varios espacios de los hogares de estos alumnos, habiendo más de uno por vivienda, coincidiendo así con lo publicado en el Primer Informe de la Televisión Chilena (2013) elaborado por Anatel, donde se indica que en los hogares chilenos hay en funcionamiento al menos un televisor. En el caso de estos niños, declararon que el dormitorio es el lugar preferido para ver

televisión, principalmente porque todos tienen un televisor en sus habitaciones, además de en el living y comedor.

Frente a las preguntas “**¿Tienen televisión en sus dormitorios? Y ¿En qué lugar ven televisión?**”, destacan las siguientes respuestas, que representan lo expresado por la mayoría de estos estudiantes.

"Prefiero ver tele acostado, más calentito, me da frío ir al living".
(Estudiante, 11 años).

"Más cómodo". (Estudiante, 11 años).

"Yo cuando almuerzo o tomo té, en la cocina hay una tele igual".
(Estudiante, 11 años).

"En la mía también". (Estudiante, 11 años).

En relación al medio que usan para ver televisión, estos niños solamente utilizan el televisor para ver sus programas, no ven por medio de plataformas como internet, coincidiendo con lo dicho por Montenegro (2012) quien señaló que el 57% de los niños no usa ninguna otra plataforma a excepción de la misma para ver televisión, a pesar del considerable aumento del uso de internet y a que cada vez los niños tienen más tecnología a su disposición. En esta categoría solo un alumno declaró que antes veía televisión por internet, pero que actualmente no y un escolar reconoció que sus familiares ven televisión por medio de otras plataformas.

Frente a la pregunta “**¿Ven televisión por internet?**” destacan las siguientes respuestas expresadas por estos alumnos.

"No, yo lo hacía antes". (Estudiante, 11 años).

"No". (Estudiante, 11 años).

"No". (Estudiante, 12 años).

"Mi mamá veía las novelas por el computador". (Estudiante, 12 años).

"No". (Estudiante, 11 años).

Actividades simultáneas con la televisión

La mayoría de estos alumnos realiza diversas actividades mientras ve televisión. Entre las más mencionadas durante la realización del *focus group* están jugar en el computador y utilizar el celular. Solo un alumno declaró concentrarse solamente en ver televisión. Cabe mencionar que hay estudiantes que dijeron estudiar con la televisión encendida o escuchando música.

Frente a la pregunta **"Mientras ven televisión, ¿hacen alguna otra actividad?"** destacan las siguientes respuestas expresadas por estos escolares.

"Jugar en el computador". (Estudiante, 11 años).

"Computador". (Estudiante, 11 años).

"En el celular y veo tele". (Estudiante, 12 años).

"Celular... Escuchar música". (Estudiante, 11 años).

"Prendo el play y veo tele, porque están prendidos". (Estudiante, 12 años).

Monitora: **¿Alguien estudia viendo televisión?**

"Yo a veces con la televisión y me concentro más o menos". (Estudiante, 11 años).

"Sí". (Estudiante, 12 años).

"Yo escuchando música". (Estudiante, 11 años).

Control de los padres

La mayoría de los alumnos de este curso ven televisión solos, dos de los cuales declararon que durante el día ven solos, pero en la noche acompañados, ya sea por sus padres o hermanos. Estos datos coinciden con lo señalado por Rosero (2008, p.62), quien afirmó que "solo el 30% de los padres ven siempre o casi siempre la televisión con sus hijos".

Frente a las preguntas "¿Ven televisión solos o acompañados? ¿Por quién?", destacan las siguientes respuestas de los alumnos que respondieron.

"Solo". (Estudiante, 11 años).

"Sola, siempre sola". (Estudiante, 13 años).

"Yo solo y en la noche con mi mamá". (Estudiante, 11 años).

"Solo y en la noche con mi hermano". (Estudiante, 11 años).

"Yo con mi hermano". (Estudiante, 12 años).

"Con mi hermano chico". (Estudiante, 12 años).

En cuanto a quién elige qué programas ver en televisión, la mayoría de estos estudiantes declararon que no existe una elección compartida y que son siempre ellos quienes eligen que ver, principalmente porque cada uno tiene en su dormitorio un televisor, lo que hace más individual la acción. En esta investigación destacan las siguientes respuestas, expresadas por los alumnos que contestaron.

"Yo los elijo siempre". (Estudiante, 11 años).

"Lo elijo yo". (Estudiante, 13 años).

"Yo". (Estudiante, 12 años).

"Yo". (Estudiante, 11 años).

"El que llega primero". (Estudiante, 11 años).

En cuanto a la programación no calificada para niños de su edad, a todos los alumnos de este nivel sus padres les restringen y prohíben programas, especialmente aquellos con alto contenido sexual. Estos programas son los favoritos de estos niños, razón por la se las ingenian para burlar el control de sus padres y verlos.

Frente a las preguntas **"¿A ustedes les prohíben ver algunos programas de televisión? Y ¿Logran ver los programas que les prohíben?"** destacan las siguientes respuestas:

"A mí sí, Chipe libre, mi papá con mi mamá.... A mí antes me lo prohibían, yo lo veía, pero me pillaron... Cuando salían escenas adultas yo la apagaba". (Estudiante, 11 años)

"Mi mamá me prohíbe ver Chipe Libre porque dice que tiene escenas sexuales, pero igual lo veo cuando está durmiendo". (Estudiante, 12 años).

"Lo mismo que el Javier, Chipe Libre, pero igual lo veo cuando sale con las amigas". (Estudiante, 11 años).

"Yo cuando dan los programas para adultos, de 18 años, yo no los puedo ver, mis papás me los prohíben". (Estudiante, 12 años).

A pesar de que la mayoría de estos alumnos ven televisión solos y son ellos quienes eligen que programas ver, declararon comentar lo que ven con sus padres o familiares. Los programas más comentados son las noticias y el deporte, en especial el fútbol con sus papás y las teleseries con los amigos.

Frente a la pregunta “**¿Ustedes comentan lo que ven en televisión con sus padres?**” destacan las siguientes respuestas expresadas por este curso.

"Yo comento el deporte con mi papá y con las amigas la novela Chipe Libre". (Estudiante, 11 años).

"Lo que me interesa se lo digo a mi mamá". (Estudiante, 11 años).

"Yo con mi mamá y papá. Con mi mamá la novela y con mi papá el deporte". (Estudiante, 12 años).

"Yo solamente las noticias, el domingo cuando dan domingo de goles". (Estudiante, 12 años).

"Yo con mi tata como lo del deporte". (Estudiante, 11 años)

En esta categoría sobre el control parental se puede inferir que este no es riguroso, porque que si bien existe una preocupación por parte de los padres al prohibirles ciertos tipos de programas, estos niños de igual manera declararon verlos. Además, tampoco los reprenden cuando se quedan viendo televisión hasta altas horas de la madrugada y solo un alumno señaló que a sus padres les molesta que se quede la televisión prendida durante toda la noche.

Frente a la pregunta “**¿Sus padres los retan si ven televisión hasta tarde?**”, se obtuvieron las siguientes respuestas:

"No, a mí papá no le gusta que quede la tele prendida, pero yo me duermo y toda la noche queda prendida, pero no me reta porque sea tarde". (Estudiante, 11 años).

"A mí no". (Estudiante, 11 años).

"Yo programo la tele". (Estudiante, 11 años).

"A mí no". (Estudiante, 12 años).

En este curso, solo a un estudiante lo han castigado quitándole el televisor. Los demás también han sido castigados, pero se les han privado de otros aparatos como el computador, PlayStation o jugar a la pelota. Frente a la pregunta **"¿Los han castigado alguna vez sin dejarlos ver televisión?"**, destacan las siguientes respuestas de los alumnos que respondieron.

"Sí me han castigado, porque le dije un disparate a un profesor y me quitaron el televisor por tres días". (Estudiante, 12 años).

"A mí no, a mí me dejaron sin jugar play". (Estudiante, 11 años).

"Jugar a la pelota, sin ver tele, sin jugar play". (Estudiante, 12 años).

"Sin salir". (Estudiante, 11 años).

"Computador". (Estudiante, 11 años).

Enseñanzas de la televisión

La mayoría de los alumnos de este nivel declaró que obtiene enseñanzas de los programas que ve en televisión, especialmente las noticias, donde varios declararon aprender específicamente sobre catástrofes naturales, como temblores o tsunamis. Cabe mencionar que solo un alumno dijo que la televisión, en especial las teleres, le enseñaban valores.

Frente a las preguntas “**¿La televisión les enseña algo?, ¿los programas que ven les enseñan valores?**”, destacan las siguientes respuestas expresadas en general por el curso.

“¡Sí!, las noticias”. (Estudiante, 11 años).

“Como se prevenir los temblores”. (Estudiante, 12 años).

“Alerta de tsunami”. (Estudiante, 11 años).

“Como no enfermarse”. (Estudiante, 11 años).

“¡Sí! Por ejemplo, la novela”. (Estudiante, 12 años).

Con respecto a enseñanzas relacionadas con el colegio, solamente un alumno declaró que la televisión le sirvió en alguna ocasión para hacer un trabajo sobre lo que pasaba en otra ciudad. Los demás estudiantes negaron cualquier aporte y ayuda por parte de la televisión, tanto en su desempeño académico como en el plano personal.

Frente a la pregunta “**¿Alguna vez, de lo que han visto en televisión abierta, les ha servido para hacer una tarea?**”, destacan las siguientes respuestas que expresan la opinión general del curso.

“No”. (Estudiante, 11 años).

“¡Sí!, lo que pasa en las otras ciudades para hacer las tareas”.
(Estudiante, 11 años).

“No”. (Estudiante, 12 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“Para jugar a la pelota nomás”. (Estudiante, 12 años).

Similitud con la realidad

En general los estudiantes de este nivel declararon no sentirse identificados con las personas que aparecen en televisión, no encuentran que tengan algún parecido con ellos. Cuando se les preguntó si les gustaría verse reflejados en la pantalla grande, hubo opiniones divididas entre quienes dijeron que no, y entre aquellos que declararon que sí les gustaría ver programas con niños de características similares a ellos.

Frente a la pregunta **“¿Les gustaría ver personas como ustedes en televisión?”**, destacan las siguientes declaraciones expresadas por los niños que contestaron.

"Sí, me gustaría ver niños como yo". (Estudiante, 11 años).

"¡A mí también!". (Estudiante, 12 años).

"No me gustaría ver niñas como yo en la televisión, me gusta lo que veo". (Estudiante, 11 años).

"Porque para ver cosas distintas, no ver siempre lo mismo". (Estudiante, 11 años).

"Porque es más entretenido". (Estudiante, 11 años).

"Aprendemos más". (Estudiante, 11 años).

Efectos de la televisión sobre las conductas de las personas

La totalidad de este curso declaró no creer que la televisión influya en la conducta de las personas. Ninguno de estos alumnos ha imitado alguna acción vista en televisión, pero si han notado que familiares más pequeños imitan algunos

personajes aparecidos en televisión. Al respecto, Urra et al. (2000) citados por Peiró y Merma (2011, p.419), sostuvieron que “la televisión puede ser una influencia muy poderosa en el desarrollo del sistema de valores, en la formación del carácter y en la conducta”.

Frente a la pregunta “**¿Creen que la televisión influye en las conductas de las personas?**”, destacan las siguientes respuestas de los estudiantes que respondieron.

"No". (Estudiante, 11 años).

"No". (Estudiante, 11 años).

"No". (Estudiante, 11 años).

"No". (Estudiante, 12 años).

"Sí, mi hermano... Ben 10, empieza a jugar, lo ve y después empieza a jugar, tiene el reloj y se convierte". (Estudiante, 11 años).

"Mi hermana baila conmigo y la Princesa Sofía". (Estudiante, 11 años).

Rechazo a ciertos contenidos

En general los alumnos de este nivel notan ciertos contenidos o actitudes que se repiten en algunos programas y que les molestan. Nombraron actitudes relacionadas con el deporte, específicamente el fútbol y las teleseries. En ambos tipos de programas estos niños sienten que hay episodios donde existe injusticia y en ellos nace la necesidad de equidad.

Frente a la pregunta “**¿Hay algún programa, escena o actitud vista en televisión abierta que les haya molestado?**”, destacan las siguientes opiniones de los alumnos que respondieron en esta categoría.

"Cuando en las novelas les pegan a las mujeres, me da rabia".
(Estudiante, 12 años).

"Cuando se violaron a la Fatmagül". (Estudiante, 12 años).

"Cuándo todos los días salía: la U perdió 1-0 contra el Colo Colo, ucha que tenía rabia... Yo cambio el canal". (Estudiante, 12 años).

"Cuando el jugador no le hace nada al otro y el árbitro cobra igual".
(Estudiante, 12 años).

"A mí me dio rabia cuando al Alexis Sánchez le dieron una patada y no lo cobró el árbitro y cuando después le hicieron lo mismo a un brasileño lo cobró altiro". (Estudiante, 12 años).

Uso del tiempo libre

Ver televisión no está entre las actividades favoritas de los alumnos de este nivel. Si bien, la mayoría de estos estudiantes cuando llegan a sus casas lo primero que hacen es ponerse cómodos y relajarse viendo un poco de televisión, no es su actividad favorita a la hora de elegir que les gusta hacer con su tiempo libre, aunque sí está entre las tres primeras opciones. La mayoría de estos niños prefiere jugar. Cabe destacar que ninguno de estos alumnos hace tareas o estudia cuando llegan del colegio.

Frente a la pregunta **"¿Qué es lo primero que hacen cuando llegan del colegio?"** destacan las siguientes respuestas:

"Dejo la mochila, juego con mi hermana, mis primos y vecinos y después veo tele". (Estudiante, 11 años).

"Dejo la mochila, prendo el play, juego y jugar a la pelota".
(Estudiante, 12 años).

"Igual que él, pero veo tele". (Estudiante, 11 años).

"Estar en el computador y a la pelota". (Estudiante, 11 años).

"Dejo la mochila y conecto el wifi a mi celular y escuchar música... Y si llego a las seis a mi casa, ahí prendo la tele". (Estudiante, 11 años).

"Jugar con mis amigas". (Estudiante, 12 años).

¿Qué les gustaría ver en televisión?

Al finalizar la aplicación del *focus group* se les preguntó a los niños si les gustaría ver programas de televisión con contenidos que les ayuden tanto a ser mejor estudiante como mejor persona. Al respecto, un alumno dijo que le gustaría ver programas que le ayudaran en asignaturas como matemáticas y en cuanto a lo personal, otro estudiante declaró que le gustaría un programa que le enseñara como controlar su vocabulario.

Frente a las preguntas **“¿Les gustaría ver contenidos en televisión que los ayuden a ser mejores estudiantes? Y ¿Mejor persona?”**, destacan las siguientes opiniones:

"No". (Estudiante, 12 años).

"En matemática". (Estudiante, 11 años).

"No". (Estudiante, 11 años).

"¡Yo sé!, como no decir garabatos". (Estudiante, 12 años).

"A la disciplina". (Estudiante, 11 años).

4.1.3 Resultados de séptimo básico

Previo a exponer los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición en alumnos de séptimo básico, es importante mencionar que al principio de la actividad, los estudiantes no opinaban ni comentaban mucho las preguntas que se les realizaban, por lo tanto se hizo necesario, al igual que en otros cursos, incluir la pregunta de la monitora para orientar las respuestas de estos niños. Sin embargo, a medida que iba transcurriendo el *focus group* fueron adquiriendo confianza, especialmente las mujeres.

Tiempo destinado a ver televisión

Los estudiantes de este nivel declararon ver televisión principalmente de noche sintonizar programas pasadas las 22 horas, horario calificado para mayores de 18 años. La mayoría de estos niños ven dos horas diarias de televisión abierta y solamente un alumno declaró ver menos de una hora. Al respecto, se puede mencionar un estudio realizado por Souza (2012) sobre el consumo infanto-juvenil, donde señala que el consumo televisivo pasadas las 22 horas ha ido en aumento entre niños de 13 a 17 años. En dicho estudio se reveló además que un 30,1% de esos niños ve televisión pasadas las 22 horas, mientras que el consumo en horario para todo espectador alcanza al 69,9%. Cabe mencionar que según ese estudio el consumo diario de ese grupo etario son 1,9 horas diarias, coincidiendo con los datos obtenidos en esta categoría.

Frente a la pregunta “**¿Cuántas horas al día ven televisión?**” destacan las siguientes respuestas expresadas por estos alumnos.

"Tres horas". (Estudiante, 15 años).

"Dos horas nomás". (Estudiante, 12 años).

"Igual dos horas, una hora en la tarde y en la noche". (Estudiante, 12 años)."

“Tres horas”. (Estudiante, 13 años).

“Es que casi no veo televisión”. (Estudiante, 12 años).

Relacionado a la pregunta “¿Ven televisión pasadas las diez de la noche?” destacan las siguientes respuestas:

“Si, veo pasada las diez de la noche, como hasta las dos más o menos”. (Estudiante, 12 años).

“Hasta las once”. (Estudiante, 13 años).

“Veo como de las una y media hasta las tres”. (Estudiante, 12 años).

“Hasta que termine Así Somos... Hasta como la una y media de la mañana”. (Estudiante, 12 años).

Gustos infantiles

Al preguntar qué programas ven y cuáles son sus favoritos, solamente un alumno nombró un programa orientado a la audiencia infanto-juvenil, la serie de dibujos animados “Kick Buttowski”, que antes era transmitida por canal 13 durante los fines de semana, en el espacio infantil Cubox y ahora es transmitida por el canal de cable Disney xD. Estos datos podrían indicar que en televisión abierta hay cada vez menos espacio destinado al área infantil y como consecuencia las teleseries, series y películas se llevan las preferencias en cuanto a la elección de programación de estos niños, aún cuando no están dirigidas a ellos. En esta categoría destaca la siguiente respuesta, que fue la única obtenida con respecto a este punto.

“... Kick Buttowski... En el canal 13”. (Estudiante, 12 años).

Gustos no infantiles

Este curso se caracteriza por ver películas, series y teleseries destinadas a un público mayor, principalmente transmitidos en horario calificado para mayores de 18 años. Cabe mencionar que algunos de esos programas son transmitidos en horario para todo espectador, pero el contenido no es apto para niños de su edad. Los programas más vistos por estos niños son los dibujos animados para adultos "Los Simpson", los programas chilenos "Así Somos" y "Expediente S", ambos transmitidos por La Red de lunes a viernes pasada la medianoche, cuyo contenido no es apto para menores de edad, la telenovela mexicana "Rubí", transmitida por Mega en horario de todo espectador y la serie colombiana "Cumbia Ninja", transmitida por el canal de cable Fox. Cabe mencionar con respecto a este último programa, que el alumno que lo nombró no fue capaz de distinguir entre televisión abierta y cable, porque señaló que la serie la transmitía Canal 13. Estos datos coinciden con lo señalado por el Anuario Estadístico realizado por el CNTV (2013), donde se indica que los niños de entre 4 y 12 años prefieren ver informativos, series, miniserias y telenovelas.

En este estudio destacan las siguientes respuestas dichas por los alumnos de este curso.

"Yo veo todos los capítulos de Los Simpson". (Estudiante, 12 años).

"Veo Los Simpson". (Estudiante, 12 años).

"Rubí"²⁷. (Estudiante, 13 años).

"Ah es súper buena". (Estudiante, 12 años).

²⁷ Telenovela mexicana, transmitida por Mega de lunes a viernes a las 17:00 horas. (<http://www.mega.cl/programas/rubi/>).

“Novela”. (Estudiante, 14 años).

“Así Somos²⁸, Expediente S”²⁹. (Estudiante, 15 años).

“Cumbia Ninja”. (Estudiante, 12 años).

Razones y preferencias

Las principales razones de consumo televisivo de los alumnos de este curso son ver televisión para entretenerse e informarse, coincidiendo con un estudio realizado por el CNTV (2012) donde se reveló que los niños ven televisión como una forma de entretenerse y relajarse después de asistir al colegio.

Frente a la pregunta **“¿Por qué ven televisión?”** destacan las siguientes respuestas obtenidas en esta categoría.

“Para ver los deportes que dan en las noticias, para divertirme”.
(Estudiante, 12 años).

“Cuando estoy aburrido, estoy cansado, me tiró en la cama y veo tele”. (Estudiante, 15 años).

“Para entretenerme y no estar aburrída”. (Estudiante, 12 años).

“Para no aburrirme”. (Estudiante, 13 años).

“Para no estar aburrido”. (Estudiante, 12 años).

²⁸ Programa de conversación chileno, transmitido de lunes a viernes por La Red alrededor de la medianoche. Además de abordar temas de actualidad, a veces tratan contenidos de índole sexual. (<http://lared.cl/programas/asi-somos>).

²⁹ Programa de televisión transmitido por La Red de lunes a viernes de 2:00 a 2:30 AM. Este programa trata temas audiovisuales como video juegos, series, películas y cortometrajes. (<http://lared.cl/programas/expediente-s>).

En cuanto a preferencias programáticas, los géneros de consumo favoritos de estos niños son las series, dibujos animados calificados para adultos, películas, teleseries y deporte, siendo los canales Mega, Canal 13 y La Red los más sintonizados. Estos datos coinciden con lo dicho por Souza (2012) en un estudio sobre el consumo infanto-juvenil, donde indicó que las preferencias programáticas de este segmento etario se concentran en noticiarios, misceláneos, series y miniserias, teleseries y películas.

Frente a las preguntas “**¿Qué ven en televisión? Y ¿Qué programas son sus favoritos?**” destacan las siguientes respuestas, que expresan lo dicho en general por el curso.

"Yo veo Los Simpson". (Estudiante, 12 años).

"Lo único bueno, después me voy para la calle". (Estudiante, 15 años).

"Así Somos, La Red". (Estudiante, 12 años).

"Veo películas en el Canal 13". (Estudiante, 12 años).

"Veo novelas en el Mega". (Estudiante, 13 años).

"Igual veo novelas, en el Mega, La Red". (Estudiante, 14 años).

La mayoría de los estudiantes de este nivel reconocieron no hacer zapping cuando ven televisión, porque saben qué sintonizar. Sin embargo, algunos alumnos declararon que a veces lo hacen, porque no saben que ver. Frente a las preguntas “**Cuando encienden el televisor, ¿saben que programa sintonizar? O ¿Hacen zapping?**”, destacan las siguientes respuestas expresadas por este curso.

"No, yo no hago zapping". (Estudiante, 13 años).

"No". (Estudiante, 12 años).

"Igual". (Estudiante, 12 años).

"Igual". (Estudiante, 14 años).

"De repente nomás". (Estudiante, 12 años).

"Sí, recurrentemente, porque nunca sé qué ver... A veces empiezo a buscar puro Los Simpson nomás". (Estudiante, 12 años).

Lugar y medio de consumo televisivo

En cuanto al lugar de consumo televisivo, la mayoría de los alumnos de este curso dijo tener televisor en sus dormitorios, por lo tanto ven televisión ahí. Solo dos alumnos declararon no tener y ver televisión en otros espacios del hogar. Estos datos coinciden con lo dicho por Souza (2012) en un estudio sobre el consumo televisivo infanto-juvenil, donde se reveló que el 80% de los niños encuestados tiene televisor en su habitación, siendo así un accesorio más en sus habitaciones.

Frente a la pregunta **"¿Tienen televisión en sus dormitorios?"** destacan las siguientes respuestas, que representan al curso en general.

"Sí". (Estudiante, 12 años).

"Sí". (Estudiante, 12 años).

"No, yo no tengo, veo en el living-comedor". (Estudiante, 14 años).

"La mía se echo a perder, veo televisión en la de mi hermana nomas. Mi hermana trabaja para afuera y yo me meto en su pieza". (Estudiante, 12 años).

"Sí". (Estudiante, 13 años).

En relación al medio de consumo televisivo, los alumnos de este curso declararon ver televisión por medio del televisor y no utilizar otros aparatos tecnológicos o plataformas para ver sus programas favoritos, a excepción de un alumno que dijo que de forma no habitual ve por el celular sus transmisiones favoritas. Datos que coinciden con lo señalado por Montenegro (2012), quien indica que el 57% de los niños no utiliza ninguna otra plataforma para ver televisión más que el mismo aparato.

Frente a la pregunta “**¿Ven televisión por internet?**”, destacan las siguientes respuestas expresadas por estos alumnos.

"Por internet no, para eso tenemos televisión para ver" (Estudiante, 12 años).

"No, no tengo internet, pero yo veo goles nomas de Cristiano Ronaldo por internet, de repente nomás por el celular de mi hermana". (Estudiante, 12 años).

"No". (Estudiante, 12 años).

"No". (Estudiante, 12 años).

Actividades simultáneas con la televisión

Todos los alumnos de este curso que fueron parte del *focus group* dijeron no concentrarse solamente en ver televisión, sino realizar otras actividades al mismo tiempo, principalmente estar con el celular y comer. Por otra parte, señalaron que no se pueden concentrar en el estudio con la televisión encendida, ya que la consideran una herramienta de distracción. Frente a la pregunta “**Mientras ven televisión, ¿hacen alguna otra actividad?**”, se obtuvieron las siguientes respuestas:

"Me siento a ver la novela y me meto al celular". (Estudiante, 13 años).

"Algunas veces como o si no estoy estirada en mi cama nomás". (Estudiante, 14 años).

"Me tomo un té o sino un café". (Estudiante, 12 años).

Frente a la pregunta **"¿Alguien estudia viendo televisión?"**, destacan las siguientes declaraciones de los alumnos que respondieron.

"No, porque estás leyendo y te da por mirar la tele". (Estudiante, 12 años).

"No creo que nadie se concentre viendo". (Estudiante, 14 años).

"Como que la tele te llama la atención". (Estudiante, 13 años).

"No". (Estudiante, 12 años).

Control de los padres

La mayoría de los alumnos de este nivel ve televisión en compañía de alguien mayor o de similar edad, a excepción de un alumno que declaró ver televisión solo. Estos datos coinciden con lo dicho por el Centro de Investigación Sociológico (2002), citado por del Valle (2006), donde se señala "que –el 60% de los niños ve programas de televisión entre las 21 y las 00 horas, y entre las 00 y las 2:30; –22,3% los ven solos después de las 21; y –53,5% los ven con los hermanos; 70,6% con la madre; 60,8% con el padre; y 7,5% con otro familiar” .

Frente a las preguntas **"¿Ven televisión solos o acompañados? ¿Por quién?"**, destacan las siguientes respuestas:

"Siempre solo". (Estudiante, 12 años).

"Casi sola". (Estudiante, 13 años).

"Yo con mi mamá. Veo novelas con mi mamá y películas con mi papá". (Estudiante, 12 años).

"A veces la veo con la Javiera o con la Martina cuando van". (Estudiante, 14 años).

"Con mi hermano mayor". (Estudiante, 12 años).

"No, porque está mi hermano y mi sobrino". (Estudiante, 12 años).

En cuanto a la elección de programación, la gran mayoría de estos niños declaró que son ellos quiénes escogen que ver en televisión y solo dos alumnos revelaron que hay un uso compartido del control remoto. En esta investigación destacan las siguientes respuestas:

"Yo los elijo". (Estudiante, 13 años).

"Los dos con mi hermano". (Estudiante, 12 años).

"No, yo los elijo". (Estudiante, 12 años).

"Yo". (Estudiante, 12 años).

"Yo sí, de repente escojo las películas y cuando hay novela mi mamá y con mi papá las películas". (Estudiante, 12 años).

En relación a las transmisiones no dirigidas a niños de su edad, solo dos estudiantes declararon que les prohíben ver programas calificados para mayores de 18 años, mientras que el resto tiene tribuna libre para sintonizar la televisión.

Acción que demuestra el poco control de los padres sobre estos niños, en relación al consumo televisivo.

Frente a la pregunta “**¿A ustedes les prohíben ver algunos programas de televisión?**” destacan las siguientes respuestas expresadas por este curso.

"Sí, los para mayores de 18... Infiel... No me gustaría verlo".
(Estudiante, 12 años).

"Es que no veo". (Estudiante, 12 años).

"Si igual me prohíben, para mayores de 18 años... Mi papá y mi mamá". (Estudiante, 12 años).

"Lo que quiera"". (Estudiante, 12 años).

"Lo que quiera". (Estudiante, 13 años).

Todos los alumnos de este nivel declararon comentar lo que ven en televisión con sus padres o amigos, lo cual refuerza lo dicho por Navarrete (2007) de que en la actualidad el tipo de crianza permite que haya mayor participación de los niños y que la relación que hay con los adultos sea de manera más espontánea, de manera que existe mayor confianza entre ambos y por ende los niños pueden comentar lo que ven en televisión con sus mayores.

Frente a la pregunta “**¿Comentan los que ven en televisión con sus padres?**”, se obtuvieron las siguientes respuestas, que representan lo dicho por el curso en general.

"Sí, comento con mi mamá nomás... Nah que estaba buena la novela".
(Estudiante, 13 años).

"Sí, las películas buenas con mis compañeros". (Estudiante, 12 años).

"También novelas con mi mamá...". (Estudiante, 12 años).

"Las noticias, los deportes". (Estudiante, 12 años).

Con todos los datos recogidos hasta el momento, se puede inferir que no existe un mayor control de los padres sobre el consumo televisivo de estos alumnos, lo cual se refuerza con el hecho de que ninguno de ellos tiene horario para ver televisión, además de la inexistencia de amonestaciones si se quedan viendo televisión hasta altas horas de la madrugada. Solamente existe un sermón cuando hay problemas en la mañana para levantarse e ir al colegio.

Frente a la pregunta **“¿A ustedes los retan si ven televisión hasta tarde?”** destacan las siguientes respuestas, que expresan en general lo dicho por el curso.

"Sí, a veces me retan, como una vez a la semana". (Estudiante, 12 años).

"De repente cuando es muy tarde y de repente me quedo dormido y no puedo despertar". (Estudiante, 12 años).

"A mi va dependiendo de que si hay clases... De lunes a jueves". (Estudiante, 12 años).

A ningún estudiante de este curso lo han castigado o amenazado con quitarle el televisor, sino que los castigan privándolos de otros elementos, como el celular o PlayStation. Frente a la pregunta **“¿Los han castigado alguna vez sin dejarlos ver televisión?”**, se obtuvieron las siguientes respuestas:

"Me retan nomás, no me dejan salir a la calle". (Estudiante, 12 años).

"A mi sí... Nah porque me porte mal y me quitaron el celular".
(Estudiante, 12 años).

"Te castigan por el play". (Estudiante, 12 años).

Enseñanzas de la televisión

La mayoría de los niños de este curso reconoció y declaró que la televisión les ha dejado alguna enseñanza, principalmente películas, series, teleseries y espacios destinados al deporte. Reconocieron haber aprendido de la televisión cosas que les han servido en aspectos personales, rutina, en lo académico y en lo valórico. Cabe mencionar que la mayoría de estos estudiantes fue capaz de reconocer valores entregados por programas de televisión. Solo un alumno reveló que lo que visto en televisión no le ha servido para nada.

Frente a las preguntas **"¿La televisión les enseña algo?, ¿los programas que ven les enseñan valores?"**, destacan las siguientes respuestas contestadas por todos los alumnos del curso, por lo tanto se incorporaron todas las declaraciones, porque eran diferentes enseñanzas.

"El deporte me enseña a ser caballero". (Estudiante, 12 años).

"Respetar a los demás". (Estudiante, 13 años).

"No ser como las personas que están ahí en la tele". (Estudiante, 14 años).

"A mí me dio un consejo, no meterse a la droga". (Estudiante, 12 años).

"Lo mismo, te enseña que no tienes que robar, no tienes que andar ladrón". (Estudiante, 12 años).

"Cómo hacer comida, recetas". (Estudiante, 12 años).

"Las recetas". (Estudiante, 14 años).

"La Rosa de Guadalupe si enseña Leandro, a no hacer lo mismo del amigo". (Estudiante, 12 años).

"Ah sí, la Rosa de Guadalupe si te enseña algo. Como dice el dicho igual, se llevan como una enseñanza". (Estudiante, 14 años).

"Las noticias me dejan información". (Estudiante, 12 años).

"Nada". (Estudiante, 12 años).

Con respecto a las enseñanzas de la televisión relacionadas con el colegio, la mayoría de estos alumnos declaró haber visto contenidos en televisión que les han servido tanto en tareas como en trabajos, siendo las noticias y películas los géneros que más le han ayudado en lo académico. En relación a si algún programa los ha ayudado en su vida diaria o servido para solucionar algún problema, los estudiantes respondieron positivamente.

Frente a la pregunta **"¿Alguna vez, de lo que han visto en televisión abierta, les ha servido para hacer una tarea?"**, destacan las siguientes respuestas obtenidas en esta categoría.

"¡Matilda!, porque antes teníamos que leer el libro y mejor vimos la película y me sirvió para una disertación". (Estudiante, 12 años).

"Cuando me hicieron que trajera una noticia, para eso me sirvió la televisión". (Estudiante, 12 años).

"Para hacer las tareas". (Estudiante, 13 años).

Similitud con la realidad

Ninguno de los alumnos de este curso declaró sentirse identificado con las personas que aparecen en televisión, porque que los notan y ven alejados a su realidad, tanto en el plano físico como clase social y entorno en el que viven. Coincidiendo con lo dicho por Souza (2012) sobre que la audiencia infanto-juvenil ve a quiénes están en la televisión como personas conflictivas, que viven una vida distinta a la de ellos.

Frente a la pregunta "**¿Se sienten representados con las personas que ven en televisión?**", destacan las siguientes respuestas, que representan lo expresado por el curso en general.

"No se parecen a mí, ellos son de otra categoría". (Estudiante, 13 años).

"No, tienen una vida distinta". (Estudiante, 12 años).

"Porque no sé, no son iguales, ni psicológicamente ni físicamente se parecen". (Estudiante, 14 años).

"No, no se parecen porque ellos son de otra sociedad, de otra situación económica". (Estudiante, 12 años).

Efectos de la televisión sobre las conductas de las personas

Solo un alumno declaró creer que la televisión influye en la conducta de las personas, pero no necesariamente en él, sino en terceros. Por otra parte, la mayoría de los estudiantes de este curso señaló no creer que la televisión llegue al punto de influir en la conducta de alguien. En las respuestas de estos niños se pudo notar un grado de desconocimiento, ya que la influencia que tiene la televisión es indirecta y no inmediata. Tal como señalan Marín, González, Romero y Román (2011), la televisión es uno de los medios de comunicación más

masivos, incluso estando presente en lo que hacemos, pensamos y decimos. Souza (1999), citada por Elgueta, Segovia y Venegas (2003), agrega que los niños no son consumidores pasivos de los contenidos que ofrece la televisión, sino que de alguna manera adquieren una influencia encubierta.

Frente a la pregunta “**¿Sienten que la televisión influye en la conducta de las personas?**”, destacan las siguientes respuestas, que abarcan lo expresado por el curso en general.

"Sí, yo creo que sí... En el sentido qué cómo cuando las noticias te muestran como se llevan preso a los delincuentes y afecta otras personas". (Estudiante, 12 años).

"No, porque no pesco". (Estudiante, 12 años).

"No". (Estudiante, 12 años).

"No". (Estudiante, 13 años).

"No". (Estudiante, 12 años).

Rechazo a ciertos contenidos

En general los alumnos de este curso manifestaron sentirse molestos ante algunos contenidos presentados en televisión, sobre todo lo relacionado con el fútbol, ya que al preguntarles qué actitudes vistas en televisión les provocan rechazo, la mayoría declaró sentirse molestos cuando sienten que hay injusticia en este deporte, especialmente de y hacia sus jugadores favoritos. Por otra parte, comentaron que no les gusta cuando los finales de las teleseries no son lo que esperan. En general estos niños desapruaban el comportamiento violento de una persona hacia otra.

Frente a la pregunta “**¿Hay algún programa, escena o actitud vista en televisión abierta que les haya molestado?**”, destacan las siguientes opiniones de los alumnos que respondieron en esta categoría.

"Cuando critican a Cristiano Ronaldo, cuando hablan que juega mal".
(Estudiante, 12 años).

"Cuando molestan a Di María... Que critiquen al Real Madrid, cambio la televisión". (Estudiante, 12 años).

"Cuando dicen que la U no tiene estadio". (Estudiante, 12 años).

"A veces las novelas tienen un fin que uno no quería y da rabia".
(Estudiante, 14 años).

Uso del tiempo libre

Ver televisión no es una prioridad para los alumnos de este curso, ni tampoco es una de las primeras actividades que realizan cuando llegan del colegio o en sus ratos libres, ya que prefieren jugar PlayStation, ver teleseries, salir con las amigas o la familia, comer o estar en el computador.

Frente a la pregunta “**¿Qué es lo primero que hacen cuando llegan del colegio?**”, destacan las siguientes respuestas, que al igual que en una categoría anterior, se obtuvieron respuestas de todos los estudiantes.

"Jugar play, dormir y jugar en el computador". (Estudiante, 12 años).

"Jugar play". (Estudiante, 12 años).

"Salir a la calle, tiro la mochila, tomo bebida, 'bajoneo' nomás. Como un rato, tomo yogurt y de ahí veo si es que hay algo interesante, me pongo a ver tele". (Estudiante, 12 años).

"Veó Rubí". (Estudiante, 12 años).

"Igual, viendo Rubí". (Estudiante, 12 años).

"Depende, si me van a buscar mis amigas salgo o si no me quedo viendo novelas". (Estudiante, 14 años).

"Salir con las amigas". (Estudiante, 13 años).

"Juego con mi tablet o sino juego con mi hermanito chico". (Estudiante, 12 años).

"Yo me conecto al computador". (Estudiante, 12 años).

¿Qué les gustaría ver en televisión?

Al finalizar el *focus group*, se les pregunto sobre si les gustaría ver contenidos en televisión que los ayudara a ser mejores estudiantes y personas, frente a lo cual hubo una gran variedad de respuestas, sobre todo relacionadas con las asignaturas del colegio que contienen mayor complejidad. Frente a las preguntas **"¿Les gustaría ver contenidos en televisión que los ayuden a ser mejores estudiantes?"**, se obtuvieron las siguientes respuestas:

"Sí, como de matemáticas". (Estudiante, 13 años).

"Sí, en lenguaje". (Estudiante, 12 años).

"En inglés". (Estudiante, 12 años).

"¡Hablar luego!". (Estudiante, 12 años).

"Para que uno aprenda más". (Estudiante, 12 años).

"Educación física". (Estudiante, 12 años).

En cuanto a la pregunta “**¿Les gustaría ver en televisión contenidos que los ayude a ser mejor persona?**”, se obtuvieron las siguientes declaraciones:

"Sí, aprender a no contestar de la manera que estoy contestando a mi mamá". (Estudiante, 12 años).

"Superarse". (Estudiantes, 12 años).

"Cuando dan los deportes con el fútbol uno puede superarse". (Estudiante, 12 años).

"Ser más caballero". (Estudiante, 12 años).

"Y ser mejor estudiante". (Estudiante, 12 años).

4.1.4 Resultados de octavo básico

Antes de exponer los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de medición en alumnos de octavo básico del Colegio Caleta San Pedro, es importante mencionar que los estudiantes de este nivel no se expresaron en la mayoría de las preguntas realizadas y contestaron con monosílabos, por lo tanto en algunas categorías se incluyó las preguntas de la monitora como una forma de orientar las respuestas de los estudiantes.

Tiempo destinado a ver televisión

Los alumnos de este curso se caracterizan por ver pocas horas de televisión al día, siendo el promedio de consumo televisivo dos horas diarias. Solo un alumno declaró ver televisión todo el día, desde que llega del colegio. La mayoría de los estudiantes dijeron ver televisión pasadas las diez de la noche, horario calificado para mayores de 18 años. Los datos obtenidos en este curso coinciden con lo

señalado en el Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de TV Abierta elaborado por el CNTV (2013), donde indica que el promedio de consumo televisivo diario es de 1,9 horas en adolescentes entre de entre trece y diecisiete años.

Frente a las preguntas “**¿Cuántas horas al día ven televisión? Y ¿Ven televisión pasada las diez de la noche?**”, destacan las siguientes respuestas expresadas por los alumnos de este curso.

“Una hora y media... Cuando termina Sudamerican Rockers³⁰”.
(Estudiante, 14 años).

“Todo el día... Saliendo del colegio a la noche”. (Estudiante, 15 años).

“Media hora”. (Estudiante, 13 años).

“Como dos horas”. (Estudiante, 13 años).

“Si, dos horas, si”. (Estudiante, 13 años).

“No, yo ahora no, porque me la quitaron”. (Estudiante, 14 años).

Gustos infantiles

Los alumnos de este nivel no se caracterizan por ver mucha televisión y los programas que ven no están destinados a ellos. De los once niños ninguno mencionó programas de este tipo durante la realización del *focus group*, a excepción de un alumno que declaró ver “Peppa la Cerdita”, que es una serie infantil de dibujos animados transmitida por el canal Discovery Kids del cable. Por lo tanto, se puede deducir que estos niños no ven programación destinada a ellos

³⁰ Serie de televisión basada en la historia del grupo musical chileno Los Prisioneros. Es transmitida por el canal Chilevisión los días miércoles a las 22:30 horas, horario calificado para mayores de 18 años. (http://www.chilevision.cl/sudamerican_rockers_la_serie/).

en la televisión abierta y sus gustos están más bien orientados a programas para jóvenes y adultos. Cabe mencionar que en esta categoría, la alumna que respondió no logró diferenciar entre televisión abierta y cable.

En esta categoría destaca la siguiente declaración, que fue la única expresada durante la actividad.

***“Pepa... Unos monos chicos”.* (Estudiante, 15 años).**

Gustos no infantiles

Como se mencionó anteriormente, los alumnos de este nivel se caracterizan por ver programas destinados a un público joven y adulto, siendo los programas más vistos por ellos, la serie de dibujos animados para adultos “Los Simpson” y la teleserie nocturna “Chipe Libre”, ambos transmitidos por Canal 13. Por medio de las respuestas de estos niños se pudo deducir que no ven televisión durante el fin de semana, a excepción de la serie de animación “Los Simpson”. Estos datos difieren con lo dicho por Souza (2012) sobre que los adolescentes consumen menos ficción que los niños, ya que en el caso de este curso, la mayoría consume programas de ficción.

En esta investigación destacan las siguientes respuestas expresadas por la mayoría de los estudiantes de este curso.

***“Los Simpson”.* (Estudiante, 13 años).**

***“Chipe Libre”³¹.* (Estudiante, 13 años).**

³¹ Telenovela chilena transmitida de lunes a jueves pasada las 22 horas por Canal 13. Por su contenido y horario está calificada para mayores de 18 años.

“Los Simpson”. (Estudiante, 13 años).

“Chipe Libre”. (Estudiante, 15 años).

“Películas”. (Estudiante, 14 años).

“Los Simpson”. (Estudiante, 13 años).

“Sudamerican Rockers... En Chilevisión... Es como la vida de Los Prisioneros”. (Estudiante, 14 años).

Razones y preferencias

A partir de las respuestas obtenidas anteriormente sobre el consumo televisivo de estos niños, se puede inferir que tienen como principal motivo para ver televisión, entretenerse, coincidiendo con un estudio del CNTV (2012) donde se indica que la televisión es vista por los niños como una forma para entretenerse y relajarse después de la jornada escolar. En cuanto a sus preferencias televisivas, éstas son claras y están orientadas a programas de ciencia ficción como los dibujos animados, películas y teleseries. Solo cuatro alumnos no tienen un programa en específico como favorito. El canal más visto por estos niños de acuerdo a los programas que dijeron ver es Canal 13 y solo dos alumnos declaran ver otros canales.

Frente a las preguntas **“¿Qué ven en televisión? Y ¿Qué programas son sus favoritos?”**, destacan las siguientes respuestas expresadas por los alumnos en esta categoría.

“Los dibujos animados, en el 13, Los Simpson”. (Estudiante, 13 años).

“Chipe Libre”. (Estudiante, 15 años).

“Los Simpson”. (Estudiante, 13 años).

“Películas... Ah sí también... En el Chilevisión, en el Mega y en esos nomas”. (Estudiante, 14 años).

“Sudamerican Rockers”. (Estudiante, 13 años).

“No, no tengo programa favorito”. (Estudiante, 13 años).

“... No tengo programa favorito”. (Estudiante, 13 años).

Cabe destacar que la mayoría de los niños pertenecientes a este nivel ya saben qué programa sintonizar cuando prenden el televisor, porque tienen sus preferencias programáticas claras. En este curso, solo cuatro alumnos declararon hacer zapping.

Frente a las preguntas **“Cuando encienden el televisor, ¿saben que programa sintonizar? O ¿Hacen zapping?”**, destacan las siguientes respuestas expresadas por estos estudiantes.

“Pongo altiro el 13”. (Estudiante, 15 años).

“Zapping”. (Estudiante, 13 años).

“No, yo si sé qué ver”. (Estudiante, 13 años).

“Sí... No sé que ver”. (Estudiante, 13 años).

“No... Si sé”. (Estudiante, 13 años).

“Si sé”. (Estudiante, 13 años).

“Yo veo la tele solo cuando dan Sudamerican Rockets”. (Estudiante, 14 años).

Lugar y medio de consumo televisivo

La mayoría de los estudiantes de este nivel tiene televisor en sus dormitorios y ven televisión ahí, a excepción de un alumno que declaró que actualmente no tiene televisor en la pieza y ve en otros espacios del hogar. Este dato, al igual que en análisis de cursos anteriores, es comparable con un estudio de Souza (2012), donde se señala que en el caso de Santiago y enfocándose en una muestra de 401 casos de niños y adolescentes de entre 9 y 16 años, el 80% de los niños y jóvenes presentan televisión en sus dormitorios.

Frente a las preguntas “**¿Tienen televisión en sus dormitorios? Y ¿En qué lugar ven televisión?**”, se obtuvieron las siguientes respuestas de los alumnos que respondieron en esta categoría.

“Yo no... Abajo, en el living, en la pieza de mis papas, en la pieza de mi abuelo y en el comedor”. (Estudiante, 14 años).

“Yo sí”. (Estudiante, 13 años).

“Yo sí”. (Estudiante, 13 años).

“Sí”. (Estudiante, 15 años).

“Sí”. (Estudiante, 14 años).

“Sí”. (Estudiante, 13 años).

En cuanto al medio por el que consumen televisión, casi la totalidad de los alumnos de este curso ocupa el televisor para ver sus programas favoritos, a excepción de un alumno que declaró ver televisión por internet. Los demás señalaron utilizar los celulares o computadores solo para acceder a redes sociales o jugar.

Frente a la pregunta “**¿Ven televisión por internet?**”, destacan las siguientes respuestas expresadas por los alumnos que respondieron en esta categoría.

“No”. (Estudiante, 13 años).

“Sí”. (Estudiante, 15 años).

“No”. (Estudiante, 14 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 13 años)

“No tengo internet”. (Estudiante, 13 años).

Actividades simultáneas con la televisión

Al preguntarle a estos niños si mientras ven televisión realizan otras actividades, la mayoría de los estudiantes declaró que no se concentra solamente en ver televisión, sino que realiza otras acciones a la vez, principalmente comer y usar el celular. Solo dos alumnos declararon concentrarse solamente en ver televisión. Cabe mencionar que de todas las actividades mencionadas por los niños, solo un estudiante declaró hacer las tareas viendo televisión y uno estudiar. En esta investigación destacan las siguientes respuestas expresadas por los niños, que representan la generalidad del curso.

“Eeeh... Comer, jugar con el celular”. (Estudiante, 13 años).

“Jugar con el celular”. (Estudiante, 13 años).

“Comer”. (Estudiante, 13 años).

“Veo tele nomas”. (Estudiante, 15 años).

“Escucho música”. (Estudiante, 15 años).

“Hacer mi tarea”. (Estudiante, 13 años).

“Eh... Como y con el celular”. (Estudiante, 14 años).

Control de los padres

En cuanto a la compañía al momento de ver televisión, este curso está dividido entre quienes ven televisión solos o quienes lo hacen acompañados. Cabe destacar que los niños que ven televisión acompañados, en general declararon hacerlo en compañía de un adulto, lo que indica una preocupación por parte de los padres en cuanto al consumo televisivo de sus hijos.

Frente a las preguntas **“¿Ven televisión solos o acompañados? ¿Por quién?**, destacan las siguientes respuestas:

“Ambas cosas”. (Estudiante, 14 años).

“Acompañada con mi mamá”. (Estudiante, 13 años).

“Si, yo igual... De mi mamá”. (Estudiante, 13 años).

“Algunas veces acompañado... Por mi hermano”. (Estudiante, 13 años).

“Depende de que pieza”. (Estudiante, 15 años).

“Sola”. (Estudiante, 13 años).

“Solo”. (Estudiante, 15 años).

En cuanto a quién elige los programas que ven en televisión, la mayoría de los alumnos de este curso declararon ser siempre ellos quienes eligen qué ver y solo dos alumnos manifestaron que en sus casos es una elección compartida. En esta

parte de la categoría, destacan las siguientes respuestas expresadas por los alumnos que contestaron.

“Nos turnamos... Con mi mamá, un rato vemos lo que a ella le gusta y otro rato lo que me gusta a mí”. (Estudiante, 14 años).

“Yo”. (Estudiantes, 15 años).

“Yo”. (Estudiante, 14 años).

“Yo”. (Estudiante, 13 años).

“Sí”. (Estudiante, 13 años).

“Yo”. (Estudiante, 13 años).

“No sé, depende de quién esté y que es lo que hay”. (Estudiante, 15 años).

En cuanto a las transmisiones no calificadas para niños de su edad, la mayoría de estos alumnos declararon que les prohíben ver algunos programas, en especial aquellos con alto contenido sexual o películas con contenidos violentos. Pese a ello, estos alumnos se la ingenian para burlar el control de sus padres y lograr ver esos programas. En este curso, solo dos alumnos dijeron que sus padres no les prohíben ver nada de lo que dan en televisión.

Frente a las preguntas **“¿A ustedes les prohíben ver algunos programas de televisión? Y ¿Logran ver los programas que les prohíben?”** destacan las siguientes respuestas expresadas por estos alumnos.

“... Los programas para mayores de edad”. (Estudiante, 13 años).

“Ah sí... Eso ver programas para mayores”. (Estudiante, 13 años).

“Me los prohíben”. (Estudiante, 13 años).

“No a mi no me dejan”. (Estudiante, 13 años).

“No lo dejan ver porno”. (Estudiante, 15 años).

“Yo lo veo igual... Infieles³²... Por el celular”. (Estudiante, 13 años).

“Sí... En el celular”. (Estudiante, 13 años).

“Yo... La cambio y cuando se va la pongo de nuevo”. (Estudiante, 13 años).

Pese a que la mayoría de los niños de este nivel ve televisión bajo la presencia de un adulto, señalaron no comentar lo que ven con sus padres, sino que comentan y hablan con sus pares lo visto en televisión. Varios estudiantes declararon comentar con sus amigos todo lo que ven. Esto podría deberse a que la identidad o importancia de las amistades y cantidad de tiempo que se pasa con los amigos son mayores en la adolescencia que en cualquier otra etapa. Los adolescentes tienen durante este estadio “mayor capacidad para expresar sus pensamientos y sentimientos privados. Les resulta más fácil considerar el punto de vista de otra persona y les es más sencillo entender los pensamientos y sentimientos de un amigo”. (Papalia, Wendkos y Duskin, 2010, p.412).

Ante la negativa obtenida frente a la pregunta **“¿Ustedes comentan lo que ven en televisión con sus padres?”** se les preguntó **“¿Y con los compañeros o amigos?, ¿qué comentan?”**. En relación a las últimas preguntas, destacan las siguientes respuestas de los niños que contestaron.

³² Serie de televisión chilena que muestra las infidelidades y vida sexual de las personas. Fue transmitida por Chilevisión los años 2011, 2012 y 2013 pasadas las 22 horas, horario calificado para mayores de 18 años. (<http://www.chilevision.cl/infieles/>).

“Todo lo que veo... No, ese programa nomás”. (Estudiante, 14 años).

“Sí”. (Estudiante, 13 años).

“Las películas”. (Estudiante, 13 años).

“Chipe Libre”. (Estudiante, 15 años).

“Sí”. (Estudiante, 13 años).

“Chipe Libre”. (Estudiante, 13 años).

“Los Simpson”. (Estudiante, 13 años).

Durante toda esta parte relacionada al control de los padres sobre el consumo televisivo de sus hijos, se puede inferir que si bien existe control, ya sea al momento de restringirles ciertos contenidos y al ver televisión con ellos, en el caso de algunos alumnos, esto no es suficiente, porque de igual forma se las ingenian para burlar el control de los padres y ver los programas que les han prohibido. Además, de acuerdo a las declaraciones de los niños, no existe mayor sanción cuando se quedan viendo televisión hasta tarde. En este aspecto, solo un alumno declaró tener horario para ver televisión y que en alguna ocasión lo han castigado por quedarse viendo televisión hasta tarde.

Frente a la pregunta **“¿Sus padres los retan si ven televisión hasta tarde?”**, se obtuvieron las siguientes respuestas que expresan lo dicho por el curso.

“No”. (Estudiante, 15 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“Sí, a mi... Hasta la 1:30... A veces me quedo hasta las 2:30 de la madrugada”. (Estudiante, 14 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 14 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

En este curso no existe mayor restricción en cuanto a horarios de consumo televisivo, aspecto que queda reflejado en el hecho de que solo un estudiante dijo tener horario para ver televisión y solo dos de once alumnos declararon que los han castigado en alguna ocasión sin ver televisión. Frente a la pregunta **“¿Los han castigado alguna vez sin ver televisión?”** destacan las siguientes respuestas que representan lo expresado por el curso.

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 14 años).

“Sí... Porque me porté mal en el colegio”. (Estudiante, 13 años).

“Sí... Hace como dos años nomás me castigaron y por eso me quitaron la tele... Si y me la devolvieron este año”. (Estudiante, 14 años).

“No”. (Estudiante, 15 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

Enseñanzas de la televisión

En general, los niños de este curso declararon que la televisión no les enseña nada, que solo la ven por diversión. No reconocieron valores presentes en la televisión ni tampoco cosas útiles que pudieran aprender de ella. Frente a la pregunta: **“¿La televisión les enseña algo?”**, los alumnos respondieron que **“no”**.

En cuanto a enseñanzas relacionadas con el colegio, casi todos estos alumnos declararon que lo visto en televisión no les ha servido para realizar tareas o rendir en una prueba, a excepción de un estudiante. Cabe recordar que, como se ha dicho en categorías anteriores, estos niños solo ven programas para entretenerse como “Los Simpson” y “Chipe Libre”. En cuanto a si la televisión les ha ayudado a solucionar algo de sus vidas, solo un alumno declaró que le servía para saber lo que estaba pasando en Chile.

Frente a las preguntas “¿**Alguna vez, de lo que han visto en televisión abierta les ha servido para hacer alguna tarea?** Y ¿**Sienten que la televisión los ha ayudado en su vida diaria?**”, destacan las siguientes respuestas expresadas por este curso.

“Sí, de repente... Unas cosas como así de la historia”. (Estudiante, 14 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 15 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“Sí... Las noticias, cuando dan las noticias, para saber qué es lo que está pasando”. (Estudiante, 14 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 14 años).

Similitud con la realidad

En general los alumnos de octavo básico dijeron no sentirse identificados con las personas que aparecen en televisión, sobre todo en cuanto a aspectos físicos. Cuando se les preguntó si les gustaría verse reflejados en la pantalla grande,

todos respondieron que si les gustaría ver personas como ellos en televisión. Declaraciones que coinciden con lo señalado en un estudio del CNTV (2012) que indica que niños y adolescentes no se identifican con sus pares que aparecen en televisión, en especial en la televisión abierta y desean ver personas más reales, más parecido a ellos en televisión.

Frente a la pregunta “**¿Ustedes sienten que las personas que aparecen en la televisión se parecen a ustedes?**”, destacan las siguientes respuestas de los alumnos que respondieron.

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No, a nadie”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 14 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 15 años).

Monitora: **¿En qué se diferencian?**

“En todo”. (Estudiante, 13 años).

Monitora: **¿Y a ustedes les gustaría ver en televisión a gente como ustedes?**

“Demás... Sí”. (Estudiante, 14 años).

“Sí”. (Estudiante, 13 años).

“Sí”. (Estudiante, 15 años).

“Sí”. (Estudiante, 13 años).

“Sí”. (Estudiante, 13 años).

“Sí”. (Estudiante, 15 años).

Efectos de la televisión sobre las conductas de las personas

En este punto, las opiniones fueron divididas entre quienes contestaron, dos alumnos de este nivel reconocieron que los contenidos aparecidos en televisión influyen en la conducta de las personas y dos niños dijeron no encontrar que los programas de televisión influyan. Los efectos, al igual que en el estudio de Elgueta et al. (2013) y en análisis anteriores, los identificaron en terceras personas y no sobre ellos mismos.

Frente a la pregunta **“¿Sienten que la televisión influye en las conductas de las personas?”** destacan las siguientes respuestas de los alumnos que respondieron.

“Si... Algunas novelas... Cuando en algunas novelas, no sé, son personas malas así y ahí influencia mucho a las personas”.
(Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 14 años).

“Yo creo que a las personas que ven tanto, como que quieren imitar un personaje”. (Estudiante, 14 años).

Rechazo a ciertos contenidos

En el caso de estos niños, que no son grandes consumidores de televisión abierta, al momento de preguntarles si alguna vez una actitud o comportamiento

visto en televisión los ha molestado hasta el punto de cambiar de programa, solo dos alumnos declararon haberse sentido molestos. Frente a la pregunta “**¿Hay algún programa, escena o actitud vista en televisión abierta que les haya molestado?**”, destacan las siguientes respuestas de los alumnos que contestaron.

“En las noticias, las personas cuando matan a la gente y esas cosas”.
(Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 15 años).

“Sí... El barco... Es muy fome”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 13 años).

“No”. (Estudiante, 14 años).

Uso del tiempo libre

Tomando en cuenta todos los aspectos analizados hasta el momento, en este curso se puede notar que ver televisión no está entre las actividades favoritas de estos alumnos, hecho que queda demostrado a la hora de elegir qué les gusta hacer con su tiempo de ocio. Todo este grupo de estudiantes prefiere dormir o jugar.

Frente a la pregunta “**¿Qué prefieren hacer cuando no están en el colegio?**” destacan las siguientes respuestas de estos estudiantes.

“Dormir y comer”. (Estudiante, 14 años).

“Andar en moto”. (Estudiante, 15 años).

“Jugar play”. (Estudiante, 13 años).

“Salir a la calle”. (Estudiante, 15 años).

“Dormir”. (Estudiante, 13 años).

“Jugar play”. (Estudiante, 13 años).

“Quedarme acostadita”. (Estudiante, 13 años).

Como se mencionó anteriormente, ver televisión no es mencionada por los alumnos como su actividad favorita cuando no están en el colegio, aspecto que se refleja también al momento de preguntarles **“¿Qué es lo primero que hacen cuando llegan del colegio?”**, ya que ninguno de estos alumnos llega a ver directamente televisión. En esta investigación destacan las siguientes respuestas expresadas por estos estudiantes.

“Cualquier cosa, juego play”. (Estudiante, 13 años).

“Escuchar música”. (Estudiante, 15 años).

“Estar en el computador... Juego”. (Estudiante, 13 años).

“Salir a la calle”. (Estudiante, 13 años).

“Limpiar”. (Estudiante, 15 años).

“Veo a mi sobrina”. (Estudiante, 13 años).

“Me acuesto”. (Estudiante, 13 años).

“Jugar”. (Estudiante, 13 años).

¿Qué les gustaría ver en televisión?

Al finalizar la aplicación del *focus group* se les preguntó a los niños si les gustaría ver programas de televisión con contenidos que les ayuden tanto en el colegio como de forma personal, a lo que todos los alumnos respondieron que desearían tener una televisión abierta que muestre tales programas en el primer caso y reconocieron programas que daban anteriormente en la televisión, que servían a ese propósito. En cuanto a programas que los ayuden a ser mejor persona, solo un estudiante declaró querer ver ese tipo de contenidos.

Frente a las preguntas “**¿Les gustaría ver contenidos en televisión que los ayuden a ser mejores estudiantes? Y ¿Mejor persona?**”, destacan las siguientes opiniones, que representan lo dicho por el curso en general.

“Sí, en Matemáticas”. (Estudiante, 13 años).

“Matemáticas e Historia”. (Estudiante, 14 años).

“Ciencias naturales e Historia”. (Estudiante, 13 años).

“Quién sabe más que un niño de quinto básico³³ era bueno”.
(Estudiante, 14 años).

“Cuarto medio³⁴ también era bueno”. (Estudiante, 13 años).

“De todo... Sí, nunca está de más saber más”. (Estudiante, 14 años).

³³ ¿Sabes más que un niño de 5º básico?, programa de televisión chileno, de concursos, transmitido por Mega entre los años 2008 y 2010.

³⁴ 4º Medio es un programa chileno de telerrealidad transmitido por TVN entre marzo y junio de 2014 pasadas las 22 horas, en horario para mayores de 18 años. Narraba la historia del último año de alumnos del colegio Chilean Eagles College en la comuna de La Cisterna, Santiago, Chile. (<http://www.tvn.cl/programas/cuartomedio/>).

4.2 ANÁLISIS CRUZADO DE DATOS

Como se mencionó anteriormente, ahora se expondrá un análisis comparativo de los cursos analizados del Colegio Caleta San Pedro. Para lo cual, se agrupó por un lado a los dos niveles más bajos analizados, que corresponden a los cursos quinto y sexto básico y por otra parte, a los dos niveles superiores, séptimo y octavo básico. El primer grupo, denominado para fines prácticos “Grupo A”, está compuesto por veintiún estudiantes, cuyas edades están entre los 10 y 13 años y el segundo, “Grupo B”, lo integran veinte alumnos de entre 12 y 15 años.

Se agrupó a los cursos de esa manera para seguir la categorización establecida por Papalia, Wendkos y Duskin (2010), quienes adoptan la secuencia de las ocho etapas generalmente aceptadas en las sociedades industriales occidentales y que en el caso de esta investigación correspondería a la niñez media (seis a once años) y al comienzo de la adolescencia (once a veinte años).

El análisis cruzado de estos datos se presentará en forma de cuadros comparativos para el caso en que haya diferencias en las respuestas de los dos grupos. Por el contrario, si las opiniones de los grupos son parecidas o iguales, solo se hablará en general de los hábitos de consumo televisivo de los niños.

Tiempo destinado a ver televisión

Tabla 4: Tiempo destinado a ver televisión por grupo

GRUPO A	GRUPO B
<p>-Estos alumnos destinan a ver televisión entre 1 y 8 horas diarias.</p> <p>-El horario preferido por este grupo para ver televisión es pasada las 22 horas, horario calificado en Chile para mayores de 18 años.</p>	<p>-Estos niños consumen un promedio de 2 a 3 horas diarias de televisión, cifra bastante menor en comparación con sus compañeros de niveles inferiores.</p> <p>-Estos alumnos ven programas pasadas las 22 horas, horario calificado para mayores de 18 años.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Gustos infantiles

En este caso, pese a que los estudiantes de ambos grupos reconocieron no ver programas destinados al sector infantil, se hizo de igual forma la separación en un cuadro comparativo, debido principalmente a que los programas vistos por ambos grupos no coinciden. Cabe destacar que la mayoría de los programas infantiles mencionados son transmitidos por señal de pago, lo cual demuestra la escasa programación infantil transmitida por señal abierta.

Tabla 5: Programas infantiles vistos por grupo

GRUPO A	GRUPO B
<p>-La mayoría de estos alumnos no ve programas destinados a un público infantil en la televisión abierta, sino aquellos dirigidos a un público joven y adulto. De este grupo los únicos programas infantiles mencionados fueron “Los Pitufos”, “Los Caballeros del Zodiaco” y “Cine Mágico”, los dos últimos transmitidos por señal de pago.</p>	<p>-Estos estudiantes tampoco se caracterizan por ver programación infantil, sino programas para jóvenes y adultos. En este grupo solo se mencionaron dos programas de esa área: los dibujos animados “Kick Buttowski” y “Peppa la cerdita”, ambos transmitidos por el cable.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Gustos no infantiles

Tabla 6: Programas no infantiles vistos por grupo

GRUPO A	Grupo B
<p>-Entre los programas para jóvenes y adultos vistos por estos alumnos</p>	<p>-Estos estudiantes también declararon ver programas con</p>

<p>destacan dibujos animados para adultos como “Los Simpson”; teleseries como “Chipe Libre”, “¿Qué culpa tiene Fatmagül?” y “Las Mil y una Noches”, transmitidas pasadas las 22 horas; series como “La Rosa de Guadalupe”, “CSI” y “Como dice el dicho” y programas de entretenimiento como “Morandé con Compañía” y “El Club de la Comedia”. (*)</p>	<p>contenidos no aptos para niños de su edad, destacando y coincidiendo con el grupo anterior “Los Simpson” y “Chipe Libre”. Estos niños además ven telenovelas como “Rubí”, series como “Sudamerican Rockers” y “Cumbia Ninja” y programas de entretenimiento y conversación como “Así Somos”. (*)</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

(*) Para conocer la información de cada programa remitirse a capítulo 4.1

Fuente: Elaboración propia.

Razones y preferencias

En esta categoría ambos grupos coinciden en sus razones de consumo televisivo, siendo el principal motivo para ver televisión entretenerse y relajarse. La segunda razón más común es informarse, principalmente por medio de las noticias. En cuanto a preferencias, todos ven programas del género ciencia ficción, como teleseries y dibujos animados, siendo los canales Mega y Canal 13 los más sintonizados por estos alumnos.

Existe una opinión dividida en cuanto al uso del control remoto, porque algunos estudiantes tienen claras sus preferencias programáticas y cuando prenden el televisor sintonizan un canal en particular, mientras que otros alumnos no saben que ver y hacen zapping.

Lugar y medio de consumo televisivo

La mayoría de los estudiantes de ambos grupos tiende a ver televisión en sus dormitorios, principalmente porque cuentan con un televisor en su habitación. En total, solo cinco alumnos no cuentan con un televisor en sus piezas y ven televisión en otros espacios comunes del hogar, como comedor o living.

En relación al medio por el que ven televisión, la mayoría de los alumnos usa el televisor como medio para ver sus programas favoritos. Sin embargo, varios estudiantes declararon haber utilizado en alguna ocasión plataformas como internet para ver televisión. La mayoría de los alumnos declaró utilizar este tipo de herramientas principalmente para jugar y acceder a redes sociales. De todos los cursos analizados, solo dos alumnos señalaron ver televisión actualmente por medio de internet.

Actividades simultáneas con la televisión

En general, los estudiantes de ambos grupos no se concentran solamente en ver televisión, sino que realizan otras actividades a la vez, entre las que destacan jugar en el Play Station, comer, usar el celular y estar en el computador. Solo tres alumnos se concentran solo en ver televisión.

Cabe destacar que de todas las actividades mencionadas por los niños, solo cinco estudiantes declararon hacer las tareas o estudiar viendo televisión, porque la mayor parte de ellos se desconcentra con el televisor.

Control de los padres

Tabla 7: Control parental

GRUPO A	GRUPO B
<p>-La mayoría de los alumnos de este grupo declararon ver televisión acompañados por un adulto o alguien de similar edad, en algunos casos estos niños ven solos durante el día y acompañados en la noche.</p> <p>-En relación a la elección de los programas vistos en televisión, hay experiencias divididas entre quienes escogen siempre que programas sintonizar y entre quienes comparten la elección con algún miembro de la familia o amigos.</p> <p>-En general a los alumnos de este grupo les prohíben ver programas con alto contenido sexual y violento. Sin embargo, todos se las ingenian para burlar el control de sus padres y ver los programas prohibidos.</p> <p>-Todos los alumnos de este grupo comentan lo que ven en televisión,</p>	<p>-En este grupo existe una división entre quienes ven televisión solos y quienes lo hacen acompañados, generalmente por un adulto o persona de edad similar.</p> <p>-La mayoría de los alumnos de este grupo, a diferencia del Grupo A, elige qué sintonizar en televisión.</p> <p>-A estos niños, al igual que en el Grupo A, les prohíben ver programas con alto contenido sexual y violento, pero de igual forma dijeron burlar el control de sus padres y logran verlos. Solo a nueve estudiantes del grupo no les prohíben ver algún tipo de contenido</p> <p>-En cuanto a comentar lo que ven en televisión con alguien, existen declaraciones divididas entre quienes comentan lo que ven con sus padres y aquellos que prefieren</p>

<p>ya sea con sus padres o amistades, siendo los programas más comentados las teleseries, el deporte, en especial el fútbol y los dibujos animados para adultos como “Los Simpson”.</p> <p>-En este grupo no existe un control riguroso por parte de los adultos, sobre los contenidos vistos por estos niños en televisión, porque si bien les prohíben ciertos programas, estos alumnos de igual forma logran verlos y además, según declararon, no los reprenden si ven televisión hasta altas horas de la madrugada. Cabe destacar que la mayoría no tiene horario para ver televisión.</p> <p>-La mayoría de los alumnos de este grupo dijeron haber sido castigados sin ver televisión.</p>	<p>hablar de lo visto por televisión con sus amigos.</p> <p>-En este grupo tampoco existe un mayor control de los padres sobre el consumo programático de estos niños, porque pese a que les prohíben programas, declararon que se las ingenian para verlos. Además, en la mayoría de ellos no existe sanción si se quedan viendo televisión hasta altas horas de la madrugada. Cabe mencionar, que al igual que en el Grupo A, la mayoría de estos niños no tienen un horario fijado para ver televisión.</p> <p>-Solo a dos alumnos de este grupo declararon que los han castigado quitándoles el televisor.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia.

Enseñanzas de la televisión

Tabla 8: Enseñanzas obtenidas de la televisión

GRUPO A	GRUPO B
<p>-La mayoría de los alumnos de este grupo declaró que la televisión les enseña algo, en especial los noticiarios. La mayoría de estos niños capta los valores que les transmiten algunos programas y logran identificar aportes de la televisión.</p> <p>-Todos los estudiantes de este grupo dijeron que los programas vistos en televisión les han servido en el ámbito académico, ya sea para rendir en una prueba o hacer alguna tarea.</p> <p>-Ningún estudiante de este grupo señaló que lo visto en televisión le ha sido de utilidad para solucionar algún problema en su vida diaria.</p>	<p>-En este grupo existen opiniones divididas en este punto. Por un lado, la totalidad de un curso declaró que la televisión no les enseña nada y que tampoco les ha servido algún contenido en el aspecto académico y por otra parte, la mayoría del otro curso dijo que la televisión les enseñaba y que lo visto en televisión les ha servido para rendir en el colegio.</p> <p>-En general los niños de este grupo declararon que la televisión no les ha enseñado nada que les sirva para su vida diaria ni para solucionar algún problema. Solo un alumno declaró que la televisión le servía para saber qué pasa en Chile.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Similitud con la realidad

En general tanto los estudiantes del Grupo A como del Grupo B declararon no sentirse identificados con las personas que aparecen en televisión, en especial en cuanto a aspecto físico y a la forma de vida que tienen. Existen opiniones divididas con respecto a si a estos alumnos les agradaría verse reflejados en televisión, ya que a una parte de los niños del primer grupo les gustaría ver personas como ellos en televisión y otros están conforme con lo que ven actualmente. Por otra parte, a todos los alumnos del segundo grupo les gustaría verse reflejados en la pantalla grande.

Efectos de la televisión sobre la conducta de las personas

Tabla 9: Efectos de la televisión

GRUPO A	GRUPO B
-La mayoría de estos niños nota que la televisión influye en la conducta de las personas, ya que declararon haber visto a niños más pequeños imitar a personajes que aparecen en televisión. Estos alumnos no ven efectos sobre ellos, sino en terceras personas.	-En el caso de estos estudiantes las percepciones están divididas entre quienes creen que la televisión influye en la conducta de las personas, sobre todo en terceros y aquellos que piensan que la televisión no incide de ninguna manera en la vida de las personas.

Fuente: Elaboración propia.

Rechazo a ciertos contenidos

Tanto a los estudiantes del Grupo A como del Grupo B les molestan algunos contenidos vistos reiteradamente en televisión, especialmente la violencia presente en programas como teleseries, deportes y noticias y cuando en programas nocturnos de conversación hablan mal de otras personas.

Uso del tiempo libre

Ver televisión no está entre las actividades favoritas de ninguno de los cursos a los que se le aplicó el *focus group*. Esos niños prefieren jugar o salir con amigos. Si bien es nombrada por los alumnos dentro de las actividades que realizan a diario y en algunos casos apenas llegan del colegio, no es prioridad a la hora de elegir qué les gusta hacer en su tiempo libre.

¿Qué les gustaría ver en televisión?

Tabla 10: Contenidos que deberían existir en televisión

GRUPO A	GRUPO B
-A la mayoría de estos estudiantes les gustaría ver programas con contenidos que los ayude a ser mejores estudiantes y personas.	-A todos los estudiantes de este grupo les gustaría ver contenidos que los ayuden a ser mejores estudiantes y solo seis alumnos declararon que les gustaría ver programas que los ayuden a ser mejores personas.

Fuente: Elaboración propia.

5. QUINTA PARTE: CONCLUSIONES

Los resultados que se obtuvieron en el presente Seminario de Investigación aplicado a estudiantes de quinto a octavo básico del Colegio Caleta San Pedro en la ciudad de La Serena, de acuerdo al objetivo general del estudio, que pretendía conocer las preferencias y hábitos de consumo de la televisión abierta nacional en estudiantes de enseñanza básica de un establecimiento público/rural de la comuna de La Serena, permitió realizar las siguientes conclusiones.

En primer lugar, el hecho de seleccionar a estudiantes de distintos niveles permitió una visión más amplia respecto al lugar que ocupa la televisión durante el transcurso de la vida, especialmente en el paso de la infancia a la adolescencia. Aspecto que fue importante durante la aplicación del instrumento de medición, ya que se recogieron opiniones discrepantes y similares de los alumnos de diferentes edades.

Las opiniones y declaraciones de los alumnos que participaron en esta investigación estuvieron marcadas por las distintas formas en que fueron expresadas por los niños, ya que la mayoría de los estudiantes de niveles inferiores argumentaron de forma extensa y sólida sus respuestas, mientras que los de cursos superiores, en su mayoría respondieron con monosílabos o en pocas palabras. Cabe mencionar que los cursos estaban integrados por estudiantes de ambos sexos. En casi todos los niveles eran los hombres quienes intervenían en primera instancia cuando se les hacía una pregunta, mientras que la mayoría de las mujeres participaban cuando se les mencionaba directamente por el nombre.

En cuanto al consumo programático de estos niños en televisión abierta, es fundamental señalar que en este estudio se determinó que a mayor edad el consumo televisivo es menor, disminuyendo de un máximo de ocho horas diarias en alumnos de quinto básico a una hora y media en estudiantes de octavo básico, quienes prefieren realizar otras actividades en su tiempo libre, entre las que destacan jugar, tanto en el PlayStation como en el celular y salir a compartir con sus amigos o familiares. Situación que sorprendió a las investigadoras, porque

con toda la información recabada durante la investigación y elaboración del marco teórico, se tenía una concepción previa de que el consumo televisivo iba en aumento con la edad, como lo indicado por el CNTV en el Anuario Estadístico Oferta y Consumo de Programación TV Abierta (2013), donde el consumo diario de televisión entre niños de 4 y 12 años es de 1,5 horas y 1,9 horas diarias en el caso de niños entre 13 a 17 años, cifras bastante menores a las obtenidas en esta investigación.

En este sentido, la razón que explicaría este fenómeno es que los alumnos que cursan los dos niveles superiores poseen mayor libertad en cuanto a qué hacer con su tiempo libre y claramente ver televisión no está entre sus prioridades. Por otra parte, lo que podría explicar el mayor consumo programático de los más pequeños, sería la ausencia de los padres por trabajo u otros motivos, falta de actividades extracurriculares y menos libertad para salir a jugar a la calle solos. Llama la atención el hecho que gran parte de los estudiantes que participaron del *focus group* no realizan actividades en familia.

En relación a las preferencias televisivas, se observó que el 80,5% de los estudiantes analizados ve programación no dirigida a ellos, sino a un público joven y adulto, siendo el horario más sintonizado pasadas las 22 horas, horario calificado en Chile para mayores de 18 años. Entre los programas más vistos por estos alumnos destacan: “Los Simpson”, las series y teleseries “Chipe Libre”, “Las Mil y Una Noches”, “¿Qué culpa tiene Fatmagül?” y “La Rosa de Guadalupe”, noticieros y dentro de ellos el espacio dedicado al fútbol. Solamente el 19,5% de estos estudiantes declaró ver programas destinados a la audiencia infantil, solo dos de ellos emitidos por señal abierta: “Los Pitufos” y “Pucca”. La mayoría son transmitidos por la señal de cable, como “Peppa la cerdita”, “Kick Buttowski”, “Los Caballeros del Zodiaco” y el bloque de películas “Cine Mágico”, transmitido por Disney Channel, lo que indica claramente que existe una confusión por parte de los niños entre los programas transmitidos por televisión abierta y el cable, que es un indicio también de la poca programación destinada a ellos en la señal abierta.

En ese sentido, se concluye que la mayoría de los alumnos de los cursos inferiores ven programas principalmente del género de ciencia ficción, como teleseries, series, películas y dibujos animados. Si bien estos tipos de programas también son de preferencia de los alumnos de cursos superiores, su consumo es menor, abarcando otros contenidos orientados hacia el género de la tele-realidad como el programa "Sudamerican Rockers". De esta manera, se puede inferir que a mayor edad las preferencias están inclinadas hacia temáticas, que si bien forman parte del ámbito de la ficción, giran en torno a problemáticas reales.

La mayoría de estos alumnos ven televisión para entretenerse e informarse, principalmente a través de los noticieros. En este sentido, se ratifica lo expresado por Elgueta et al. (2013) en cuanto a que los niños buscan y ven programas que les permitan pasar un rato agradable.

Casi la totalidad de los alumnos no reconoció que la televisión influyera de forma directa en ellos. Sin embargo, percibieron influencias en terceras personas, como hermanos o primos pequeños, reconociendo que imitan a personajes de la televisión. Por lo tanto se puede concluir que la influencia de la televisión es indirecta y no inmediata. Para la mayoría de estos niños, contenidos como la violencia y el hablar mal de otras personas son valorados como negativos y les provocan rechazo.

Respecto a este punto, el 53,6% de los alumnos a los que se les aplicó el *focus group* reconoció que la televisión les entrega valores y enseñanzas tanto en el plano académico como personal. En el ámbito escolar a estos niños les gustaría ver más programas con contenidos que los ayuden en asignaturas que tienen un mayor grado de complejidad para ellos. Cabe mencionar que estos alumnos anhelan el regreso o programas con contenido educativo, pero en un formato de entretenimiento, tales como los programas "El último pasajero" y "¿Sabes más que un niño de 5º básico?", que actualmente no se transmiten por televisión abierta.

Considerando los resultados obtenidos en el presente estudio, se determinó también que la mayoría de los estudiantes que participaron del *focus group* ven televisión acompañados, ya sea por alguien mayor o un par. En este punto, llama la atención que los alumnos de los niveles inferiores ven menos televisión en compañía de un adulto, en comparación con los estudiantes más grandes, situación que podría provocarse porque los alumnos de los niveles superiores tienen gustos similares con los adultos, por lo tanto comparten el tiempo y la programación, al contrario de los alumnos de los cursos inferiores, ya que los programas que sintonizan, en su mayoría no son de gusto de personas de mayor edad, por ende no comparten gustos ni parrilla programática. En relación a la elección de los programas vistos en la televisión, a la mayoría de los alumnos les prohíben algún tipo de programa, especialmente aquellos con alto contenido sexual y violencia, sin embargo son ellos quienes escogen que ver. Cabe mencionar que los programas que les prohíben son los preferidos en cuanto al consumo de estos niños, por lo tanto burlan el control de sus padres y logran verlos de igual forma.

Considerando lo anterior, se puede concluir que pese a que existe preocupación por parte de los padres sobre el consumo televisivo para con sus hijos al prohibirles algunos programas, que no consideran adecuados para su edad, este control no es estricto, porque a pesar de que lo burlan, no reciben sanción ni amonestación alguna por parte de sus padres, además tampoco los reprenden si se quedan viendo televisión hasta altas horas de la madrugada, que era el caso de la mayoría de los estudiantes que participaron en este estudio. Llama la atención el hecho de que se quedan viendo televisión hasta pasada la 1AM, siendo que al día siguiente deben cumplir con obligaciones académicas a primera hora. Finalmente, con respecto a este punto, la mayoría de los alumnos comenta sus programas favoritos, tanto con sus padres como pares. Los alumnos de los niveles superiores analizados lo hacen principalmente con sus amigos, debido a que son con ellos con quienes pasan la mayor parte de día.

Una de los aspectos que llamó la atención en este estudio, es que todos los alumnos analizados alguna vez han tenido televisión en sus dormitorios y en la actualidad, los que no tiene es solo por defectos técnicos. La mayoría de ellos cuenta con televisores modernos, como plasmas, en sus habitaciones, lo que explica el dominio de estos sobre el control remoto y los contenidos vistos en televisión. En cuanto al medio por el que consumen televisión, casi todos los alumnos prefieren el aparato físico en sí, lo cual llamó la atención de las investigadoras, porque en la actualidad la tecnología está presente en todos los ámbitos de la vida, y estos alumnos manifestaron tener varios aparatos tecnológicos a su disposición.

Otra situación destacable, es el hecho de que ningún alumno se siente realmente identificado ni representado por quienes aparecen en televisión, ya sea en aspectos físicos, que fue lo más mencionado, como en la forma de vida que llevan. Pese a eso, a la mayoría de estos niños no les gustaría ver personas como ellos en televisión, principalmente porque les gusta ver algo distinto a su entorno y así aprender de la forma de vida de personas con culturas y realidades diferentes.

Los antecedentes anteriores reafirman lo dicho por del Río et al. (2004), quien indica que la televisión y la escuela son las dos actividades a la que los niños dedican la mayor parte de su tiempo, construyendo un eje central en su desarrollo. De esta manera, la televisión ya no es un simple artefacto de ocio ni ocupa un lugar secundario en la rutina de los niños.

En base a todo lo mencionado anteriormente y tomando la cuenta la reciente aprobación de la Ley de Televisión Digital en Chile, se hace necesario que los canales que forman parte de la televisión abierta en Chile hagan un cambio en su programación, incluyendo, además de temáticas culturales, contenidos infantiles dirigidos tanto a preescolares como escolares, que apoyen el crecimiento personal y académico de los niños, ya que como se pudo observar durante toda la investigación, actualmente los programas dirigidos a la audiencia infantil cubren un bajo porcentaje de la programación total de sus parrillas y es un anhelo por

parte de los niños del Colegio Caleta San Pedro ver este tipo de contenidos en televisión abierta. Si bien, la televisión abierta chilena cumple con tener bloques dirigidos al segmento infantil, no es prioridad, lo cual resulta evidente al solo un alumno reconocer un bloque infantil, Cubox de Canal 13, y al poco consumo de programas destinados a ese segmento.

Con la reciente entrada de la televisión digital en Chile -que exige a los actuales canales que conforman la televisión abierta, que a partir del mes de octubre del año 2014 cuatripliquen su programación con contenidos culturales en horarios de alta audiencia- se abre paso a una nueva televisión, que busca sacar de la programación la denominada “telebasura”, referida al morbo, sensacionalismo y escándalo e incorporar una mayor diversidad de programas que muestren la identidad del país, un gran paso para modificar los contenidos actualmente emitidos por señal abierta. Si bien estos nuevos contenidos no están dirigidos específicamente a la audiencia infantil, es un precedente a tomar en cuenta para que en un futuro se incorporen a la parrilla programática mayores contenidos dirigidos a la audiencia infantil y adolescente, sobre todo a los más pequeños, que de acuerdo a los datos obtenidos en esta investigación, no encuentran espacio alguno en la televisión abierta que vayan dirigido a ellos ni sus necesidades, por lo que orientan su consumo televisivo a programas de ficción como series y teleseries principalmente. Situación que hace necesaria una evaluación de la programación destinada a los adultos, ya que como se vio a lo largo de esta investigación, estos contenidos están al alcance de los niños. La aprobación de esta Ley abre un abanico de posibilidades para la generación de algún canal netamente educativo en la televisión abierta en un futuro.

Con respecto a las proyecciones del presente Seminario de Investigación, se puede señalar que este estudio se podría complementar con otros elaborados por profesionales cuyas problemáticas de estudio estén centradas en la televisión abierta y los niños, de manera que se abarque desde diferentes puntos de vista el tema -tanto psicológico, pedagógico como sociológico- y así, comprender en su

totalidad el fenómeno de estudio, para posteriormente tomar en cuenta la opinión de niños de diferentes zonas del país al momento de tomar decisiones para futuras políticas públicas, ya que si bien los estudios realizados en Santiago son importantes, porque muestran una visión global acerca del consumo televisivo, no aplica una generalización a lo visto por todos los niños del país.

Es conveniente tener presente que el tema de la televisión y los niños ha sido contenido de recurrentes investigaciones tanto en Chile como el resto del mundo, enfocado principalmente a la influencia que tiene sobre las conductas y comportamiento de los niños, por lo tanto se hace imperiosa la necesidad de generar conocimiento a través del estudio sobre temas relacionados con el fenómeno de la televisión y la correcta programación destinada a todos los rangos etarios, pero principalmente a lo que convoca este Seminario de Investigación, que son los niños entre 10 y 15 años, quienes son los más vulnerables a recibir contenidos no aptos para ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- 1) Altamirano, J., (2006). *¿TV or not TV?. Una mirada interna a la televisión*. Santiago: Editorial Planeta Chilena S.A.
- 2) Arancibia, M., Monroy, M., Mutis, R. y Zurita, L., (1987). *La Caleta San Pedro: Pescadores y Recolectores Marítimos. "Un estudio social, económico y cultural" (Bahía de Coquimbo IV Región Chile)*. La Serena: Departamento de Ciencias Sociales. Facultad de Humanidades. Universidad de La Serena.
- 3) Bordignon, N., (2006). El desarrollo psicosocial de Eric Erikson. El diagrama epigenético del adulto. *Revista Lasallista de Investigación*, 2:50-63.
- 4) Botarro, T. y Carvajal, V., (2008). *Caleta San Pedro: Proyectos de inversión enfocados a mejoramientos de infraestructura, conectividad y actividades económicas, relacionados a potenciar la identidad de la misma*. La Serena: Departamento de Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias Sociales y Económicas. Universidad de La Serena.
- 5) Brunner, J., (1993). La televisión y los niños, en *FLACSO-Chile*, Chile, Septiembre: <http://cronopio.flacso.cl/fondo/pub/publicos/1993/DT/000674.pdf>
- 6) Bustamante, E., (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- 7) (2004). *La televisión económica, financiación, estrategias y mercado*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- 8) Canal 13. (n.d.). Nuestra historia, en *Canal 13*, Santiago, <http://www.13.cl/corporativo/corporativo.htm>
- 9) Cebrián, M., (1995). *Información Audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Síntesis.

- 10) -(2004). *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- 11) Chilevisión. (n.d.). Historia, en *Chilevisión*, Santiago, http://www.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fwww.chilevision.cl%2Fcorporativo%2Fhistoria%2F2013-12-18%2F102819.html&h=aAQEQ_1Lp
- 12) Colegio Caleta San Pedro. (2012). Proyecto Educativo Institucional PEI Colegio Caleta San Pedro 2013-2016, en *Ministerio de Educación*, Chile, <http://www.fs.mineduc.cl/Archivos/infoescuelas/documentos/562/ProyectoEducativo562.pdf>
- 13) CNTV, McCaan Erickson & Junji. (2007). Informe 0-5 Pre-Escolares Toons Chilenos 2007, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, marzo: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110323/asocfile/20110323160701/librotoons2007.pdf
- 14) CNTV. (2007). La Programación Infantil en la Televisión Chilena, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, agosto: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110323/asocfile/20110323125838/valoracionprogramacioninfantil2007final.pdf
- 15) -(2012a). Reseña: ¿Qué ofrecen los canales de televisión y qué ven los niños?, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, mayo: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120528/asocfile/20120528144621/rese_a_ni_os_y_tv_mayo_12.pdf
- 16) -(2012b). Los padres y la regulación televisiva, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, marzo: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120413/asocfile/20120413125203/padres_y_regulaci_n_televisiva_2012.pdf

- 17) -(2012c). Consumo televisivo e imagen de jóvenes en TV, estudios cualitativos con niños y adolescentes, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, junio:
http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120626/asocfile/20120626120018/estudio_cualitativo_niños_y_niñas_2012.pdf
- 18) -(2013a). Reseña conductas que se pueden aprender viendo programas infantiles, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, diciembre:
http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20131217/asocfile/20131217170626/resena_a_15_conductas_que_se_pueden_aprender_viendo_programas_infantiles_plantilla_2013.pdf
- 19) -(2013b). Anuario Estadístico Oferta y Consumo de Programación TV Abierta, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, mayo:
http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20140526/asocfile/20140526153232/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_de_tv_abierta_2013_version_final.pdf
- 20) Comisión Europea. (2006). Focus group, en *Comisión Europea*, Europa, octubre:
http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/examples/too_fcg_res_es.pdf
- 21) Comisión Federal de Comunicaciones de EE. UU. (1997). *The TV Parental Guidelines*, Estados Unidos, <http://transition.fcc.gov/vchip/>
- 22) Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. España: McGraw-Hill/ Interamericana de España, S.A.U.
- 23) Corporación Gabriel González Videla. (2013). Colegios rurales de La Serena también sobresalen en el SIMCE, en *Corporación Gabriel González Videla*, La Serena, abril:
http://www.corporacionlaserena.cl/sitio/view_not.php?not=1524268923

- 24) Cortés, C. (2008). La técnica del Focus Group para determinar el diseño de experiencias de formación de usuarios, en Universidad *Nacional Autónoma de México*, México, http://cuib.unam.mx/publicaciones/5/metodos_cualitativos_TECNICAS_DE_FOCUS_GROUP_CARLOS_FERNANDO_CORTES_GOMEZ.html
- 25) Del Río, M. y Román, M., (2005). *Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE.
- 26) Del Río, P., Álvarez, A. y del Río, M., (2004). *Pigmalión: Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- 27) Del Valle, A., (2006). Los menores ante la televisión: una reflexión pendiente. *Revista Educación*, 28: 83-103.
- 28) Elgueta, A., Segovia, C. y Venegas, E. (2013). Televisión y niños: Análisis del consumo y preferencias televisivas en escolares de entre 8 y 10 años de la Provincia de Concepción, en *Red Infancia & Comunicación*, Chile, junio: http://www.comunicainfancia.cl/wp-content/uploads/2013/06/Television_y_ninos_en_concepcion.pdf
- 29) Fisch, S. (2005). Children's learning from televisión, en *International Central Institute for Youth and Educational Television (IZI)*, Alemania, http://www.br-online.de/jugend/izi/english/publication/televizion/18_2005_E/fisch.pdf
- 30) Fuenzalida, V., (2000a). *La Televisión pública en América Latina*. Chile: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- 31) -(2000b). *La televisión pública en América Latina, reforma o privatización*. Chile: Fondo de Cultura Económica Chile S.A.

- 32) -(2011). Resignificar la educación televisiva: desde la escuela a la vida cotidiana. *Comunicar*, 36: 15-24.
- 33) -(2012). Políticas públicas en ambiente televisivo digital La oportunidad cultural-industrial de la TV infantil. *Revista Estudios Sociales*, 120: 125-154.
- 34) García, Á., (2012). *Régimen jurídico y mercado de la televisión en abierto en España*. Barcelona: Editorial UOC.
- 35) García, Á. y Olayo, Ayamel., (2008). Capítulo II. Maco Teórico, en *Colección de Tesis Digitales*. Universidad de las Américas Puebla, México, septiembre: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/garcia_y_am/capitulo2.pdf
- 36) Gilabert, M., (1994). “Las reglas del juego: autorregulación”, en VV AA, *Televisión: niños y jóvenes* (Coord., Ente público RTVV). Valencia: RTTV.
- 37) Gómez, D., (2011). Análisis de contenido de programas infantiles transmitidos en la televisión abierta mexicana: ¿violencia, valores o variables de calidad?. *ComHumanitas*, 2:191-203.
- 38) Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill/ Interamericana editores, S.A. de C.V.
- 39) Hurtado, M., (1989). *Historia de la TV en Chile (1958-1973)*. Santiago: Ediciones Documentas.
- 40) Jakiwara, L., (2012). *Los usos y costumbres de la recepción televisiva en los jóvenes escolares de Lima metropolitana y su evolución (1997-2010)*. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid.
- 41) Juan, S. y Roussos, A., (2010). El focus group como técnica de investigación cualitativa, en *Universidad de Belgrano*, Buenos Aires, julio: http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/254_Roussos.pdf

- 42) La Red. (n.d.). La Red, en *La Red*, Santiago, <http://lared.cl/corporativo>
- 43) Marín, V., González, I., Romero, A. y Román P., (2011). La televisión, ¿medio para el desarrollo de la Educación Infantil?. *Educatio Siglo XXI*, 1: 345-360.
- 44) Martínez, M., (2006). La investigación cualitativa (Síntesis conceptual). *Revista IIPSI*, 1: 123-146.
- 45) Marzal, J. y Casero, A., (2008). La investigación sobre la televisión local en España: nuevas agendas ante el nuevo reto de la digitalización. *Revista de Estudios de Comunicación*, 25: 83-106.
- 46) Mega. (n.d.). Canales – Mega, en *Asociación Nacional de Televisión*, Santiago, <http://www.anatel.cl/mega.php>
- 47) Merlo, T., (2003). *TV ¿Cómo te quiero?*. Argentina: Instituto de Investigación de Medios.
- 48) Montenegro, S., (2012). Anuario Estadístico Oferta y Consumo de Programación TV Abierta 2012, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, junio:http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20130405/asocfile/20130405145442/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_de_tv_abierta_2012_junio.pdf
- 49) Morduchowicz, R., (2000). *La escuela y los medios: un binomio necesario*. Buenos Aires: Editorial AIQUE.
- 50) Municipalidad de La Serena, (2013). Seminario Internacional Patrimonio en Tránsito Panel 3: “Espacio Público, vida de barrio y patrimonio”, en *Ministerio de Vivienda y Urbanismo*, Santiago, agosto: <http://www.minvuciadadano.cl/wp-content/uploads/2013/08/302-Lizette-Gyorgy.pdf>

- 51) Navarrete, J., (2007). Informe 0-5 Pre-Escolares Toons Chilenos 2007, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, marzo: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110323/asocfile/20110323160701/librotoons2007.pdf
- 52) Ortiz, M., Ruiz, J. y Díaz, E., (2013). ¿Están las cadenas de televisión interesadas en una mejor TV para los menores?, las televisiones y la investigación en infancia y televisión. *Comunicar*, 40: 137-144.
- 53) Papalia, D. y Wendkos, S., (1996). *Psicología*. México: McGraw-Hill.
- 54) Papalia, D., Wendkos, S. y Duskin, R., (2010). *Desarrollo humano*. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- 55) Peiró, S. y Merma, G., (2011). Una mirada crítica a las repercusiones de la televisión en la educación. *Revista de la Universidad Bolivariana*, 29: 413-432.
- 56) Pérez, J., (1994). *El Desafío educativo de la televisión: para comprender y usar el medio*. España: Editorial Paidós.
- 57) Pezcame, (2005). Caleta San Pedro, en *Pezcame*, Chile, abril: <http://www.pezcame.com/pescadores/caleta-san-pedro.html>
- 58) Rodríguez, C., (2010). Televisión Educativa: Realidades, Historia y Proyecciones. *Revista Temas de Educación*, 16 y 17: 1-21.
- 59) Rodríguez, C., (2012). Política y políticas para la TDT en Argentina y Chile: ¿ruptura del statu quo?. *Cuadernos de Información*, 31: 79-88.
- 60) Rodríguez, G., Gil, J. y García, E., (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Ediciones Aljibe S.I.
- 61) Rodríguez, R., (2004). Periodismo en internet. La página web en frecuencia latina, en *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Perú,

http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Human/rodriguez_rr/rodriguez_rr.pdf

- 62) Roel Vecino, M. (2005). "TVE versus BBC: dos modelos informativos enfrentados", en VV AA, *Información para la paz, Autocrítica de los medios y responsabilidad del público* (Coord., V. Vidal Climent y M. García Manglano). Valencia: Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
- 63) Romo, M. y Castillo, C., (2002). Metodologías de las ciencias sociales aplicadas al estudio de la nutrición, en *Scielo*, Chile, marzo: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182002000100003&lng=en&nrm=iso&tlng=en
- 64) Rosero, S., (2008). *Influencia de programas de televisión en el desarrollo de la inteligencia emocional de los niños de 4 a 5 años de la unidad educativa bilingüe génesis en el año lectivo 2007-2008*. Ambato: Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales. Carrera de Comunicación Social. Universidad Técnica de Ambato.
- 65) Sevillano, M. y Perlado., (2005). *Los programas televisivos infantiles preferidos por los niños de 6 a 8 años*. España: Grupo Comunicar.
- 66) SIMCE. (2013). Antecedentes del establecimiento: COLEGIO CALETA SAN PEDRO, en SIMCE, Chile, <http://www.simce.cl/ficha/?rbd=562>
- 67) Souza, M., (2011). Preescolares y televisión, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, noviembre: http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/pre_escolares_y_tv.pdf
- 68) -(2012). Consumo televisivo infanto-juvenil y opiniones sobre la oferta, en *Consejo Nacional de Televisión*, Chile, junio:

[http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/consumo televisivo infanto juvenil y opiniones sobre la oferta copia.pdf](http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/consumo_televisivo_infanto_juvenil_y_opiniones_sobre_la_oferta_copia.pdf)

69) Telecanal. (n.d.). Historia, en Telecanal, Santiago, http://www.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fwww.telecanal.cl%2Fcorporativo%2F&h=aAQEQ_1Lp

70) TVN. (n.d.). Historia de TVN, en *Televisión Nacional de Chile*, Santiago, http://www.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fwww.tvn.cl%2Fcorporativo%2Fhistoria.html&h=aAQEQ_1Lp

71) Vergara, E., (2007). El Desarrollo de la Televisión por Cable en Chile y su Impacto en la Oferta y el Consumo Televisivos. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, 2: 1-14.

ANEXOS

ANEXO N°1: FOCUS GROUP, INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Focus Group a realizarse en el Colegio Caleta San Pedro,

La Serena

Objetivo general de focus group:

Conocer las preferencias y hábitos de consumo que tienen los estudiantes de enseñanza básica de un establecimiento público/rural de la comuna de la Serena, Chile, acerca de la programación de la televisión abierta nacional y la influencia que ésta tiene en su desarrollo integral como personas.

Procedimiento:

El día miércoles 27 de agosto nos dirigiremos al establecimiento Caleta San Pedro, lugar dónde aplicaremos el *focus group*. Llegaremos al mediodía con la monitora para ordenar la sala de sexto básico, que será el primer nivel donde aplicaremos la técnica. Instalaremos la cámara de video en un trípode en un plano general, abarcando el total de los niños, para después revisar las reacciones de estos frente a las preguntas que se les formulará. También utilizaremos grabadoras de sonido, que estarán ubicadas estratégicamente para captar las respuestas de los niños para posteriormente poder analizar sus respuestas.

Los estudiantes estarán en un semicírculo, donde la monitora estará a la cabeza, ya que de esta forma ningún niño quedará en segunda fila. Las realizadoras de este *focus group* estarán también en el lugar, sentadas y tomando apuntes de lo que suceda.

Una vez los niños sentados en sus puestos, la monitora se presentará y les explicará la actividad, para luego definir dos términos que quizás conlleve a una confusión, valores y zapping.

Una vez terminada la aclaración de ambas definiciones se procederá con las preguntas asignadas las cuáles irán en un plano general y abierto para todo el curso.

Este mismo procedimiento será para todo el segundo ciclo básico del colegio.

Duración actividad: 1 hora aproximadamente por nivel.

Definiciones de los términos valores y zapping, que deben ser explicadas por la monitora antes de iniciar el focus group.

Valores: Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Ejemplo: Responsabilidad, honestidad, sinceridad, respeto, bondad, paciencia, lealtad, solidaridad y valentía.

Zapping: Es el acto de saltar programación o canales en la televisión. Es decir, ir cambiando de canales.

Pauta de preguntas Focus Group

Preguntas destinadas a los niños de quinto a octavo básico del Colegio Caleta San Pedro. Directora: Cecilia Espinoza.

1. Hábitos de consumo/ Preferencias

- ¿Ven televisión? ¿Por qué ven televisión?
- ¿Qué ven en la televisión? (¿En qué canal?).
- ¿Cuántas horas al día ven televisión? ¿Ven televisión pasadas las 10 de la noche?
- ¿Ven televisión por internet?

- Cuando encienden el televisor, ¿saben qué programa sintonizar? o ¿Hacen zapping?
- ¿Qué programas son sus favoritos? ¿Qué les enseñan?
- ¿Qué es lo primero que hacen cuando llegan del colegio?
- ¿Qué prefieren hacer cuando no están en la escuela? (Ver televisión, jugar, hacer tareas, dormir o estar en la computadora).
- Mientras ven televisión, ¿hacen alguna otra actividad? (Comer, jugar, hacer tareas, etc.) ¿Estudian viendo televisión?
- ¿Tienen televisor en sus dormitorios? (En caso de que respondan que no, ¿en qué lugar ven televisión?).

2. Control Parental

- ¿Ven televisión solos o acompañados? (Si dicen acompañados, ¿por quién?).
- ¿Quién escoge los programas que ven?
- ¿Les prohíben ver algunos programas de televisión? ¿Quién o quiénes? ¿Por qué?
- ¿Logran ver los programas que les prohíben? (Si la respuesta es sí, ¿cómo se ingenian para verlos?).
- ¿Comentan los que ven por televisión con sus padres? (Si dicen que no, ¿Y con los amigos?).
- ¿Sus padres los retan si ven televisión hasta tarde?
- ¿Los han castigado sin ver televisión?

3. Influencias

- ¿La televisión les enseña algo?
- En los programas que ven, ¿les enseñan valores?, ¿cuáles?

- ¿Alguna vez, de lo que han visto en televisión abierta, les ha servido para hacer una tarea?
- ¿Sienten que la televisión les ha ayudado en su vida diaria? (Por ejemplo para solucionar algo).
- ¿Sienten que las personas que aparecen en televisión se parecen a ustedes? (Si dicen que no, ¿les gustaría que la televisión mostraran personas como ustedes?).
- Hay algún programa o escena o actitud vista en la televisión abierta que les haya molestado? ¿Por qué?
- ¿Sienten que la televisión influye en la conducta de las personas? (Expliquen).
- Te gustaría ver contenidos en televisión que te ayuden a ser mejor estudiante.
- Te gustaría ver contenidos en televisión que te ayuden a ser mejor persona (Atento, educado, seguridad, etc.).

Al concluir el *focus group*, la monitora agradece la participación de los alumnos e incita a la reflexión sobre el consumo televisivo de la televisión abierta.