

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR
UNIB.E

ESCUELA DE COMUNICACIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES

TÍTULO DEL TRABAJO:

ESTEREOTIPOS DENTRO DE LOS PROGRAMAS INFANTILES
ECUATORIANOS

TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERIA EN COMUNICACIÓN Y PRODUCCIÓN DE ARTES
VISUALES

ESTUDIANTE:

ALEX GERMÁN HERRERA BOCIGA

DIRECTOR DE ESCUELA:

Máster: LIZA BAHAMONDE

DIRECTORA DE TRABAJO FINAL DE GRADO:

Máster: LIZA BAHAMONDE

Quito, Noviembre 2011

AGRADECIMIENTOS:

Mi agradecimiento a cada uno de las y los profesores que pusieron en mí, armas de trabajo intelectual para defenderme en un terreno tan complicado como es el audiovisual, y al mismo tiempo a mis padres y hermanas, sin su ejemplo de responsabilidad y honradez no podría haber llegado hasta esta instancia.

DEDICATORIA:

Mi dedicatoria inicia para aquellas personas especiales que ya no están junto a mí y no pudieron compartir este momento, pero son recordados con mucho afecto y cariño, también comparto y dedico especialmente a mi hija Heidi Andrea, por ser el principal motivo de inspiración y superación.

INDICE

Agradecimientos	
Dedicatoria	
Índice	3
Síntesis	7
Introducción	9
MARCO REFERENCIAL	
-Objetivo General	12
- Objetivos Específicos	13
MARCO TEORICO	
-Teorías Analizadas	13
Capítulo 1.	
1. Producción de un Programa de Televisión Infantil.	17
1.1 Elementos de una producción de Televisión.	18
1.2 El Guión.	22
1.2.1 El Guión Literario.	24
1.2.2 El Guión Técnico.	24
1.2.3 Pre-Producción.	25
1.2.4 Producción.	26
1.2.5 Post Producción.	27
1.2.6 Transmisión.	28
1.3 Los programas infantiles en la Televisión Nacional e Internacional.	
1.3.1 Definición de programas infantiles.	28
1.3.1.1 Los niños y la Televisión.	32
1.3.2 Breve Descripción de Programas Infantiles Nacionales e Internacionales.	33
1.3.2.1 XuXa.	33
1.3.2.2 Chiquititas.	34
1.3.2.3 El Chavo del Ocho.	35

1.3.2.4 Yuli.	35
1.3.2.5 Club Disney.	36
1.3.2.6 Aventureros.	36
1.3.2.7 RED NNACE.	37
1.3.2.8 TIKO-TIKO.	38
1.3.2.9 Pequeños Exploradores.	39
1.3.2.10 Osmosis.	40

Capítulo 2.

2. La Comunicación aplicada a los programas infantiles.	41
2.1 Tratamiento de los estereotipos en programas infantiles desde la visión propuesta por los teóricos de comunicación.	41
2.1.1 La teoría funcionalista de la comunicación.	41
2.1.2 Teoría de las 5 preguntas.	42
2.1.3 Teoría la Aguja Hipodérmica.	44
2.1.3.1 Estructura y función de la comunicación de masas.	45
2.1.4 Teoría del Estructuralismo.	46
2.1.5 Teoría de la Acción Comunicativa.	48
2.2 Semiótica de la Imagen.	51
2.2.1 Análisis de Imagen.	51
2.2.2 Mensaje Lingüístico.	52
2.2.3 Lenguaje Corporal.	53
2.3 Los estereotipos.	59
2.3.1 Estereotipos de Género.	60
2.3.2 Juego de Estereotipos.	61
2.3.3 Funciones Constructivas del Estereotipo.	63

Capítulo 3.

3. Los niños y la Televisión.	64
3.1 Los niños como receptores desde las perspectivas de la Teoría de Jean Piaget.	64
3.1.1 La Estimulación Temprana.	64

3.1.2	Cómo se produce el desarrollo integral del niño.	65
3.1.3	Desarrollo de vínculos afectivos.	66
3.1.4	El aparato sensorial y perceptivo.	66
3.1.5	Psicomotricidad infantil.	66
3.2	La teoría de Desarrollo Cognitivo de Jean Piaget.	67
3.2.1	Etapas.	68
3.2.2	Aplicaciones a la Estimulación Temprana.	69
3.2.3	Desarrollo psicológico del niño de 4 a 5 años.	69
3.2.4	Desarrollo psicológico del niño de 5 a 6 años.	71
3.2.5	Desarrollo psicológico del niño de 6 a 7 años.	72
3.2.6	Desarrollo psicológico del niños de 7 a 8 años.	72
3.2.7	Desarrollo psicológico del niño de 8 a 9 años.	74
3.2.8	Desarrollo psicológico del niño de 9 a 10 años.	75

Capítulo 4.

4.	Análisis comunicacional de dos programas infantiles ecuatorianos emblemáticos y los impactos que tienen en la niñez ecuatoriana.	77
4.1	Programas Escogidos.	77
4.1.1.	Aventureros.	78
4.1.2.	TIKO-TIKO.	81
4.2	Análisis de los estereotipos en los programas infantiles desde las teorías de comunicación.	82
4.2.1	Desde la Teoría de las 5 preguntas.	82
4.2.2	Desde la Teoría la Aguja Hipodérmica.	90
4.2.3	Desde la Teoría del Estructuralismo.	92
4.2.4	Desde la Teoría de la Acción Comunicativa.	94
4.2.5	Desde la Teoría Psicomotricidad infantil.	98
4.2.6	Desde los estereotipos.	99
4.3.	Análisis de los niños como receptores desde las perspectivas de la Teoría de Jean Piaget.	101

4.3.1 Pruebas estandarizadas que siguen la tradición de la teoría del desarrollo cognitivo de Jean Piaget.	101
4.4 Informe de Conclusiones finales del análisis comunicacional de los programas infantiles.	111
4.4.1 Conclusiones en el manejo de los estereotipos en programas Infantiles.	113
CAPITULO 5	
5.1. El objetivo planteado.	125
5.2. Presencia de estereotipos.	126
5.3. Diferencias puntuales, semejanzas fundamentales.	135
5.4. Conclusiones personales del trabajo.	139
5.5 Reglas que deberían tener en cuenta los productores de un programa infantil en el Ecuador.	141
Bibliografía	145
Enlaces Internet.	148

SÍNTESIS

ESTEREOTIPOS DENTRO DE LOS PROGRAMAS INFANTILES ECUATORIANOS

Este análisis inició cuando se vio que en la televisión nacional la gran mayoría de programación para público infantil, venía de enlatados (programas producidos en su totalidad en el exterior y comprados por canales nacionales para ser solamente transmitidos) y además de existir un escaso repertorio de programas nacionales para niños, lo que generó la inquietud de ver qué tipo de programación nacional de índole infantil es la que se observa, analizar cuáles son los programas para niños y por qué los mismos son tan escasos.

Como llegaron estos personajes a constituirse como estereotipos.

Los estereotipos dentro de los programas infantiles ecuatorianos, nace de la carencia de un género televisivo en el país, y la búsqueda inicia con el análisis general de la programación infantil ecuatoriana, donde se enmarcan todo lo que tiene que ver con programas de televisión para público infantil, entre ellos se seleccionan programas tales como: caricaturas, revistas infantiles, series animadas, programas informativos infantiles, programas de concurso, telenovelas infantiles.

Entre los programas infantiles de televisión que han destacado por su historia fueron: chispitas, Dr. Expertus, Show de Yuli, Manzana 12, Tiko-Tiko, Aventureros, Pequeños Exploradores, entre otros no muy recordados.

Después de haber revisado aquellos programas infantiles que tuvieron más acogida en sus respectivas temporadas. Se procedió a escoger los dos programas más emblemáticos de la televisión nacional los mismos que pertenecen al análisis que se realizará en el presente trabajo de titulación. Estos programas fueron seleccionados por razones muy concretas.

El show de Tiko-Tiko es seleccionado por su larga trayectoria en la televisión ecuatoriana y su animador es considerado uno de los animadores de mayor recorrido por estar al aire por más de 35 años, su programa es auspiciado por una empresa privada, y su animador es un payaso.

Aventureros lleva pocos años en la televisión ecuatoriana pero ha sabido consolidarse y el tiempo que lleva al aire ha sido suficiente para tener una gran acogida, por medio de algunos canales regionales a podido llegar a casi todo el país y es considerado el único programa visto en todo el Ecuador, su auspicio es público y su animador un títere.

Para el realizador audiovisual la investigación de carencia de programas infantiles sería una verdadera revolución en la televisión infantil de la misma manera que existen caricaturas, programas deportivos, y de entretenimiento para adultos, podría existir una gran gama de programas infantiles, pero esta demasiado sectorizado la televisión ecuatoriana para acceder a un espacio, los dos casos estudiados son excepciones muy relevantes, y el realizar un programa infantil es demasiado complicado, el entretener a un niño bajo nuestras culturas y estilos sociales teniendo como huéspedes a programas enlatados de fácil consumo y de difícil descarte, por todo lo que implica la industria de la televisión Ecuatoriana.

LIZA BAHAMONDE
DIRECTORA DE TRABAJO
FINAL DE TITULACIÓN:

ALEX GERMÁN HERRERA BOCIGA
ESTUDIANTE

NOVIEMBRE – 2011

INTRODUCCIÓN

...“Si los profesores conocen las vías de influencia de la TV, podrán utilizarla más frecuentemente como recurso educativo, ya que muchas investigaciones ponen de relieve la tremenda utilidad didáctica de ciertos contenidos televisivos. Este acercamiento entre dos contextos casi antagónicos en que el niño se desarrolla ha sido uno de los puntos más destacados de las referencias a la escuela en nuestras reuniones y en toda la literatura y grupos de intervención e investigación que giran en torno a la compleja relación TV-escuela. Tal vez la solución sea complicada, pero algunos pasos sencillos como los que acabamos de exponer pueden significar grandes avances y el abandono de una visión casi salomónica de cómo resolver la distancia TV-escuela”...

Álvarez, M. del Río / Blas, Mariano. (2005: 16)

Desde muy pequeños, los niños empiezan a desarrollar mecanismos para relacionar y diferenciar a las personas y sus comportamientos. Cuando están en etapa de aprendizaje, es muy común sacar diferentes conceptos sobre personas que parecen desiguales. No todos los niños tienen la oportunidad de compartir con otros de diferentes culturas y cuando miran revistas o videos de otros países, creen que esas personas son inalcanzables. En su ingenuo pensamiento los consideran como diferentes.

En los países latinos o mestizos, como el nuestro, es común este tipo de situaciones en sectores donde más de la mitad de la población es mestiza y otra parte es indígena. Cuando aparecen por televisión, a los europeos se los mira con rasgos disperejos, entre ellos: el idioma, la vestimenta, el color de piel, cabello, ojos, etc.

Esta diferencia, a los ojos de los niños, se presenta como una imagen “bonita”, un modelo perfecto a ser imitado. Esta idea se refuerza a través de los medios impresos y libros didácticos (cuentos, fabulas, etc.).

Lo mismo sucede con la televisión, sobre todo, con quien tutele en el consumo de imágenes. Los padres tienen mucho que ver en ese tipo de aceptación con criterios como: la alimentación, la forma de vestirse, los juguetes.

Ante esta situación, la educación multicultural ha creído necesario tomar iniciativas para modificar este tipo de valores, pero hasta el momento lo ha hecho de manera superficial. Es por ello que los cambios de conducta son mínimos y se sigue la imagen global del niño o niña, considerado por la televisión como “perfecta”, que viste bien, come y juega con lo mejor.

Los jóvenes productores de programas televisivos necesitan elementos que van más allá de la simple información sobre las diversas culturas o grupos. Necesitan estudiar las raíces de los prejuicios, tomar conciencia de sus propios esquemas, identificar los estereotipos que nos han sido inoculados y analizar su origen. Luego, han de aprender a superar estos conceptos –en realidad estereotipos- que ahora son suyos, desarrollar sus capacidades para evitarlos y para concebir un compromiso personal de igualdad y justicia. Eso deberá reflejarse en el programa que sale al aire.

Cuando prendemos la televisión, la radio o abrimos una revista, estamos abriendo la puerta de nuestro hogar y de nuestra mente a una serie de ideas basadas en imágenes que, si bien, por un lado, reflejan la realidad, nos informan y entretienen, por otro lado presentan una visión reducida y tendenciosa de cómo pensar, cómo vestir, cómo actuar. Los contenidos de la mayoría de los medios de comunicación, como programas televisivos o

anuncios publicitarios, presentan modelos de personas con rasgos diferentes a nuestra realidad con los cuales nos comparamos y a quienes imitamos.

La puerta más grande que tenemos para universalizar los conceptos de consumo infantil sin duda es la televisión, y es la misma televisión la encargada de dar respuestas a los niños por ser los mayores consumidores, este tema tiene como propósito investigar la programación infantil, analizarla y dar respuestas basadas en teorías de comunicación, semiótica e infantil, y el porqué de la poca programación infantil nacional, de la misma manera el comportamiento de los niños basado en sus etapas y lo vulnerables que son al ver televisión, si existe un país con una gran cantidad de etnias y nacionalidades multiétnicas parece inaudito el intentar desplazarlas abriendo espacios a otras culturas, si, no son lo que este país representa.

Cada país cuando realiza un producto audiovisual, aparte de transmitir diversión, entretenimiento, también en ese producto ofrece algo de su país de sus costumbres y sobre todo de su cultura, que sin importar el país de origen no es lo que nosotros y los niños son y es esa cultura por mínima que sea de fácil adaptación porque fue traída con una dosis de diversión.

Llevar a cabo un análisis sobre lo que los niños ecuatorianos ven es tan importante como intervenir en su educación, es una manera indirecta de hacerlo, hoy en día la televisión tiene un poder tan grande que sin importar la edad de sus espectadores los atrae, y en el caso de los niños con mayor fuerza sin tener mayores opciones cualquier programa les parecerá entretenido y una vez atrapados lo que consuman será cuestión de tiempo, es ahí la importancia

de investigar y dar una respuesta a mejorar la programación infantil nacional, la sociedad necesita saber el porqué de comportamientos de los infantes, aunque parezca un tema sin importancia, considero que todo hogar que tenga un hijo sabe lo saludable que es que crezca observando normas y costumbres nacionales.

MARCO REFERENCIAL

OBJETIVO GENERAL.-

Analizar los estereotipos que existan dentro de diferentes programas infantiles realizados y producidos en el país, seleccionados por sus, elementos, contenidos y cobertura a nivel nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.-

Inducir a los productores audiovisuales a que la producción de programas infantiles puede llegar hacer un espacio importante

Crear nuevos espacios de producción audiovisual que no solo eduquen a los niños, sino que además, evalúen los distintos aspectos semiológicos y de percepción que hoy buscan los infantes

Concientizar a la nueva generación de productores y realizadores audiovisuales, en los distintos elementos a considerar para la elaboración de una buena propuesta de TV ecuatoriana enfocada a niños.

MARCO TEORICO.-

Para el desarrollo de este análisis he considerado adecuado basar mi pesquisa en algunas teorías, las mismas que van de la mano con el tema, por ser un análisis audiovisual la teoría de comunicación e imagen como soporte me darán puntos de partida para estructurar una gama de exploración del tema a tratar, y como el grupo objetivo de los programas estudiados son niños, la teoría de Piaget será fundamental, a continuación la relación de las teorías con el tema a tratar.

LA TEORIA DE DESARROLLO COGNITIVO DE JEAN PIAGET.-

Esta teoría basa su estructura en el comportamiento y desarrollo del niño desde su nacimiento, pero las formas y actitudes también son analizadas en esta teoría dependiendo su edad es por eso que será aplicable el análisis del comportamiento entre los 4 a 11 años que es la edad donde el niño forma su adaptación y consumo en la televisión.

Esta hipótesis ayudará a comprender la relación entre edad y tipo de programa de televisión. Ordóñez Ma. Del C. (2007:4)

TEORIA DE LA COMUNICACIÓN.-

Tomando en cuenta que en la televisión, su patrón principal es la transmisión de imágenes, palabras, y mensajes, esta teoría está encargada de saber qué tipo de información transmite y el porqué de la aceptación de los niños, y su fácil adaptación a ver sin medida los diferentes tipos de

programación, todo lo audible y lo vistoso es mensaje y por ende eso comunica.

Detrás de un programa de televisión existe mucha gente que lo produce y una cabeza que maneja y decide que es lo que quiere transmitir, la unidad de imágenes, signos, iconos, alegorías, tiene como resultado un solo mensaje y esta teoría nos ayuda a comprenderlo mediante sus sub.-teorías, Funcionalista, Estructuralista, que son soporte de un análisis más profundo de ésta investigación.

Harold Lasswell, creador de esta teoría plantea 5 preguntas para un mejor entendimiento de este fundamento y Lasswell nos dice; ¿Quién dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto? Estas preguntas le sirven para delimitar el campo de estudio. En el mundo audiovisual un programa debe cumplir con estas preguntas con el fin de establecer aspectos básicos en un programa de televisión.

Considerando que los programas infantiles ecuatorianos cuentan con diferentes características con los que se puede generar un estudio con mayor profundidad será muy importante sustentar este análisis para la investigación que tendrá como sustento esta teoría. Oda Ángel F. (2001:2)

TEORIA DE LA IMAGEN.-

A diferencia de la radio la televisión tiene la facultad de transmitir si es posible en un 100% imágenes incluso se puede obviar el sonido pero esa carga

visual es la que genera en el cerebro del consumidor una aceptación o un rechazo, sin embargo los programas infantiles muy pocas veces son rechazados por los infantes, esta teoría nos ayuda a comprender las cualidades por medio de lo visual, movimientos, gestos, conductas, de parte del animador o conductor de la misma forma composición, estructura, de un programa, de la misma manera lo que debe de tener un programa de televisión infantil para su posterior aprobación.

Esta teoría nos ayudará a establecer parámetros basados en sus fundamentos, si se considera que los programas escogidos son infantiles, la gama de colores que ambos pueden tener son de suma importancia al descubrir su fundamento, coincidentalmente los dos programas aun cuando son de diferentes estilos los une un hilo conductor que es el sus animadores y su carga colorida didáctica, el uno al ser un payaso y el otro un títere, el estudio de estos programas enfocará más el tratar de comprender que buscaban sus realizadores para su público.

SEMIÓTICA DEL COLOR.-

En un sentido general, toda comunicación se da a través de signos y en estos términos, el lenguaje del color es aquél cuyos signos son cromáticos. Los colores son elementos comunicantes o signos: elementos que en la actualidad son de suma importancia para la comunicación de masas, sin olvidar con esto el uso que desde antiguas épocas se ha hecho de ellos en las diferentes religiones, en la magia, la vestimenta, etc.

Los programas de televisión y en especial los de contenido infantil cuentan con una especial cantidad de colores sobre el resto de programas de cualquier género, y es el color el que le da la apertura al niño espectador a su futuro interés tal es así que las caricaturas son muy bien acogidas por lo mismo, sin embargo el análisis de este tema es conocer los contenidos de los programas infantiles ecuatorianos y el porqué de su aceptación o no por parte de los niños, es que no solamente es contar con los colores sino con qué tipo de colores trabajan en estos programas, esta semiótica es la benefactora en ayudar a este análisis de programación infantil. González M. (1995: 305)

CAPITULO 1.

1. Producción de un Programa de Televisión infantil.

El proceso completo de creación comprende la escritura del guión, elaboración de un presupuesto, contratación de personal creativo, diseño de decorados y ensayos antes de que se comience a filmar. Las tres formas básicas de los programas televisivos son los de ficción, no ficción y programas en directo:

- Los programas de ficción son sobre todo series de sobremesa, comedias de situación, series dramáticas y películas para televisión, incluyendo las mini series (una película en varias partes).
- Los programas de no ficción más habituales son los concursos, debates, noticiarios y revistas familiares.

La televisión en directo generalmente se interesa por los noticieros, la cobertura de noticias instantáneas (flashes informativos) y algunos espacios diarios de testimonios o debates.

La realización y producción de las imágenes en televisión corresponde hoy día a un esquema estandarizado y aceptado convencionalmente en todos los países. Creeber G. (2008:10)

La operación de los elementos necesarios para poner en funcionamiento una estación transmisora, exige la colaboración continua y sincronizada de un numeroso equipo humano, entre profesionales, técnicos y personal administrativo. Todos los elementos anteriormente mencionados tienen un

objetivo común: “lanzar al aire una señal electromagnética que contenga información codificada, la cual al ser captada por un receptor dará como resultado un programa de imagen y sonido, cuya duración puede abarcar las 24 horas del día.”

Todo comienza en un espacio especialmente construido y acondicionado para evitar interferencias por el ruido de la calle y por las condiciones variables de la luz natural. Vergara A. (1993: 13-18)

Estudio de televisión: Es un espacio cerrado que dispone de un sistema de iluminación artificial compuesto de reflectores de alta potencia, capaces de iluminar un área de varias docenas de metros cuadrados y, en algunos casos, espacios tan grandes como el de un auditorio con cupo para cientos de personas.

Este espacio posee un aislamiento acústico que impide que el ruido del exterior entre al estudio y se registre en los micrófonos. El estudio propiamente dicho es un espacio reservado para los actores y locutores. Aquí se colocan la escenografía y el decorado para ambientar las series o los noticieros. Este espacio es conocido con el nombre de foro o set.

Frente al foro se encuentra un sistema de tres cámaras de televisión que registra simultáneamente la misma acción, desde diferentes puntos de vista, en un ángulo de visión que varía entre los 90 y 180 grados.

1.1 Elementos de una producción de Televisión.

El sonido: O registro de audio se captura con un micrófono muy sensible colocado en una barra móvil o más conocido en nuestro medio como boom que

pende sobre las cabezas de los actores. El audio también puede registrarse con pequeños micrófonos (levaliere) o corbateros (su nombre fue dado por llevarlos a la altura del pecho) prendidos en el vestido de los actores.

El apuntador miniatura es el elemento final y clave de un sistema de transmisión de señal sonora. El sistema consiste en un micrófono y transmisor inalámbrico que manda una señal en frecuencia modulada a un aparato receptor que se conecta a un aro magnético. Este a su vez, la envía de manera inalámbrica al apuntador miniatura que se aloja dentro del oído del presentador. Así, el sonido llega directamente al oído sin interferencia del ruido ambiental y con una máxima discreción.

Toda la actividad del foro la conduce y organiza un jefe de piso (floor manager) quien, a su vez, recibe instrucciones desde la cabina de control.

La imagen registrada por las tres cámaras se envía por medio de cables al interior de una cabina, desde donde se conduce la acción del foro. Las señales de video de las tres cámaras se reciben en una consola mezcladora (mixer), que opera un técnico (switcher). Éste observa las tres imágenes en tres monitores de televisión, las selecciona y las mezcla, estableciendo el orden en que serán grabadas o enviadas al control central para su inmediata transmisión. D`Victorica R. (2009:30-43)

El switcher es el encargado de dar indicaciones a los camarógrafos de cómo y cuándo emplazar las cámaras y de efectuar los encuadres precisos.

Desde la cabina del estudio se controla también la iluminación y la inserción de fondos musicales, de fotografías fijas (stills) o de películas filmadas que

complementen la transmisión en directo. El sonido que proviene del estudio (audio) se acopla a una consola independiente del video. En la consola, el audio se puede modificar (distorsionar, amplificar o mezclar), o añadirle un fondo musical para conferirle un carácter particular.

Paint Box, Este aparato es capaz de estructurar cualquier figura geométrica regular o irregular y "pintarla" con una gama de 16 millones de colores (variando matices, tonos, saturaciones, brillo, color, contraste, etcétera). También es posible animar tales figuras, pintar o borrar secciones, cuadro por cuadro (un segundo de video tiene 30 cuadros), e incluso se puede separar cada punto de la estructura visual del monitor (píxeles) y darle un tratamiento de forma, color y volumen con un alto grado de definición. D`Victorica R. (2009:52-59)

El equipo de producción: Para un programa de televisión el equipo de producción está conformado por personal creativo entre, guionistas, directores y productores, además de una plantilla técnica de operadores de cámara electricistas y técnicos de sonido, y sobre todo los actores o presentadores que son el rostro representativo del programa.

El productor ejecutivo: Es el responsable absoluto del proyecto y habitualmente es quién concibe la idea y se encarga de venderlo a las cadenas; debe responder sobre el presupuesto y todo el equipo creativo, incluidos el director, guionistas y productor en línea.

El productor en línea: Subordinado al productor ejecutivo, se encarga del plan de rodaje, presupuesto, personal y todos los aspectos logísticos de la producción.

Los guionistas: Desarrollan los guiones de cada capítulo. A menudo trabajan durante la preproducción y los ensayos para corregir los problemas que pudieran encontrar los actores o directores al revisar el guión por problemas de presupuesto o producción.

El director: Esta a las órdenes del productor ejecutivo, ayuda a elegir actores, localizaciones y el aspecto del diseño visual de la producción, como el vestuario. Además, el director se encarga de los movimientos de la cámara y es responsable de la interpretación de los actores. Después del rodaje edita la cinta en vídeo, a esto se le conoce como montaje del director.

Los actores: Son personas que trabajan bajo las órdenes del director para dar vida a un personaje. Una vez contratados, memorizan su parte del guión y habitualmente participan en ensayos previos al rodaje o grabación del programa.

Presentador: La figura del presentador es propia de los programas informativos, deportivos y de debates; en algunos casos aportan comentarios en directo, otras, sobre todo en el caso de los programas informativos, leen los contenidos en tarjetas o en un aparato llamado TelePrompTer, que muestra los textos en una pantalla.

El jefe de producción: Es el responsable de todos los elementos físicos de la producción, como el equipo, el personal o las localizaciones. Los ayudantes de dirección dependen del director y se encargan de organizar el set, los extras y cualquier otra cosa que pueda necesitar el director.

El director de fotografía: Es el que opera la cámara, se ocupa de la iluminación y el movimiento de la cámara.

El director artístico: Es el responsable del diseño de producción, dirige el diseño, construcción y acabado de decorados y vestuario; a menudo tiene bajo su responsabilidad a maquilladores y peluqueros.

El operador de cámara: Es el sujeto que se encarga de manejar la plataforma móvil que sujeta la cámara (Dolly, grúa, pluma, stady cam.) y otros instrumentos de apoyo, como los soportes que se utilizan para fijar la cámara a coches o grúas. Valdez S. (1997: 56-61)

1.2 El Guión.

Un guión es una historia creada en palabras y contada en imágenes. Trata de una persona o personas en un lugar o lugares, haciendo una "cosa". Todos los guiones cumplen con esta premisa básica. La estructura dramática puede definirse así: una disposición lineal de incidentes, episodios o acontecimientos relacionados entre sí, que conducen a una resolución dramática.

Primer acto o principio: Un guión normal tiene 120 páginas aproximadamente (2 hrs.) Cada hoja = 1 minuto, independiente si es acción o dialogo o las dos cosas. El comienzo es el primer acto -planeamiento- porque la historia tiene que plantearse en aprox. 30 hojas. Hay que enganchar al lector inmediatamente, tiene que dar a conocer quién es el personaje principal, de qué trata la historia y cuál es la situación. Al final del primer acto hay un nudo

de la trama (incidente, acontecimiento que engancha a la historia y la hace tomar otra dirección, entre las páginas 25 y 27).

Segundo acto o confrontación: Es el que más peso tiene en la historia. (Pág. 30 y 90) Confrontación: porque la esencia de cualquier drama es el conflicto (crear obstáculos al personaje que le impiden satisfacer su objetivo). El nudo de la trama al final del segundo acto aparece por lo general entre las páginas 85 y 90.

Tercer acto o resolución: Se desarrolla por lo general entre las páginas 90 y 120. Se trata de la resolución de la historia. ¿Cómo acaba? ¿Qué le pasa al personaje principal? ¿Vive o muere? ¿Tiene éxito o fracasa? Un final con fuerza resuelve la historia y la completa, haciéndola comprensible. Este modelo de guión es conocido como paradigma.

Sobre la estructura: Es el elemento más importante del guión, es la fuerza que lo mantiene todo unido, es el esqueleto. La columna vertebral, la base. Sin estructura no hay historia, y sin historia no hay guión. Tiene que estar tan integrada con la historia, tan estrechamente relacionada con ella que no debería ser posible verla. Un guión sin estructura no tiene línea argumental. Si no hay una línea bien definida de acción dramática, solo una situación, se tiene dos líneas paralelas que nunca se encuentran. Un buen guión siempre tiene una sólida línea de acción dramática, va a hacia un lugar, avanza paso a paso hacia la resolución. La estructura es la relación entre las partes y el todo. El escritor cuando hace un guión compone un todo a partir de estas partes, una forma y figura bien delimitadas, con su principio, medio y final. Un guión es una

historia contada en imágenes, diálogos y descripciones, dentro del contexto de la estructura dramática.

1.2.1. El Guión Literario.

Narración argumental del film es la que contiene a los personajes, los decorados, la ambientación el vestuario, etc., así como los diálogos (Frases y expresiones que pronuncian los intérpretes a lo largo de la narración) y la voz en off (elementos sonoros cuyo origen no es visible en la pantalla) que oiremos durante la proyección. El guión literario es similar a una novela o cuento: narra, en estilo novelado, la trama de la película. Debe tener dos resúmenes: un primer resumen de unas cinco a 10 líneas, en las que se explique la idea general, y otro de una página, algo más extenso, antes de comenzar la lectura del guión en sí. McKee R. (2001:36)

1.2.2 El Guión Técnico.

Especifica sobre el papel lo que se debe ver y escuchar durante la proyección del film, y en el mismo orden en que aparecerá en la pantalla: aspectos de la iluminación, posición de la cámara en cada momento, movimientos, evolución de los intérpretes en el escenario artificial o bien en los exteriores, detalles de ambiente, de decoración, de la música que se tiene que grabar en cada toma, de los ruidos y efectos que hay que incorporar, los diálogos etcétera.

Se presenta en dos columnas: la de la izquierda es para la imagen y la de la derecha para el sonido. El guión técnico consiste en asignar a cada parte del guión literario un escenario, un diálogo, unos actores y unos movimientos de

cámara. Las situaciones se dividen en secuencias y planos, y a cada secuencia y a cada plano se le asigna un número. Es la guía que va a tener todo el equipo de rodaje para saber ¿qué día va a trabajar cada actor?, ¿dónde se rueda?, ¿qué instrumentos van a hacer falta?, ¿los ropajes qué se van a utilizar?, ¿cómo se mueve la cámara?, ¿si hace falta algún tipo de grúa?, etc. Herrera A. (2002:22-37)

1.2.3 Pre-Producción.

Se refiere a las actividades previas al rodaje, como la elaboración de un presupuesto, planificación y preparativos. El periodo de preproducción puede llegar a durar meses en el caso de una película, o sólo una semana si se trata de un episodio para una comedia de situación. Las producciones más complejas, como programas en vivo con invitados, o programas infantiles con concurso de niños, son de mayor complejidad.

Las tres personas claves en este proceso son:

- Jefe de Producción
- Director
- Director de Casting

El jefe de Producción: Debe, en primer lugar, hacer un presupuesto provisional, contratar un manager de localizaciones y jefes para los distintos departamentos. Las primeras decisiones esenciales para la producción son la localización para el rodaje y la fecha de comienzo de éste.

El Director: Revisa el guión y hace los cambios que considera necesarios, empieza el proceso de selección de actores o casting y elige a sus asistentes y operadores de cámara. Desde este momento todas las decisiones relacionadas con el reparto, personal creativo, localizaciones, horarios o componentes visuales deben contar con la aprobación del director.

Director de Casting: Es el encargado de encontrar los actores principales y secundarios con los perfiles que requiere la historia, El proceso de preproducción termina con una reunión final a la que asisten todos los componentes del equipo, los productores, el director y a menudo también el guionista.

1.2.4 Producción.

Durante la grabación se filma toda la cinta o película necesaria para el proyecto. Todos los programas de televisión se graban utilizando uno de los dos métodos básicos: la producción con una sola cámara y en película o la producción con varias cámaras y en vídeo. El método de una sola cámara se usa en la producción de películas para televisión y de la mayoría de las series dramáticas. El de cámaras múltiples es típico de las comedias de situación, programas de debate, telenovelas, concursos y las revistas. Algunos tipos de programas, como los de vídeos musicales o los reality shows (noticias de interés especial, presentadas en un formato que tiende al espectáculo), emplean ambos métodos, el múltiple para la grabación en el estudio y el de una sola cámara para los exteriores. D`Victorica R. (2009:67-72)

1.2.5 Post Producción.

La postproducción empieza cuando se completa la grabación y continúa hasta que el programa está listo para que la cadena lo emita. Las dos partes fundamentales de la posproducción son la edición, o montaje, de la grabación en vídeo y la creación de una banda sonora completa.

La edición puede comenzar durante la producción. En las tomas con una sola cámara la filmación de cada día es revisada más tarde por el director, el productor y la cadena en el orden de grabación, después los editores cortan las distintas tomas y las montan en escenas.

El director ve el primer montaje completo y lo modifica a su gusto; en el montaje final intervienen el productor y la cadena.

El montaje definitivo se entrega al departamento de sonido, que se encarga de preparar las pistas de sonido, efectos de sonido y diálogos y mezclarlas en una sola pista para tener la mezcla final (dubbing).

La mezcla de sonido, que puede llevar varios días en una película o sólo unas horas en programas grabados con varias cámaras, se hace a partir de entre 5 y 25 pistas. Valdez S. (1997:66)

El paso final de la posproducción es la adición de efectos ópticos, fundidos o virados por ejemplo, títulos de crédito y efectos especiales, como las animaciones, y la corrección del color.

1.2.6 Transmisión.

Terminada la etapa de posproducción existe tal cantidad de información que se hace necesario "detener" por un instante el flujo de señales, para reordenarlas y prepararlas para la siguiente fase: la modulación y envío al aire.

El centro de control (también llamado control maestro) es una cabina donde se encuentran un conjunto de monitores en los que se observa:

- 1.- La acción desarrollada en el estudio
- 2.- Las imágenes fijas (stills) y efectos especiales
- 3.- Los spots comerciales
- 4.- La identificación de canal y estación
- 5.- La imagen que en ese momento está al aire.

El control absoluto de audio y video de toda la estación se canaliza desde una consola mezcladora (mezcladora de presentación), la cual puede ser automática y diseñada para poner en marcha las reproductoras de video (VTR), los proyectores de cine, tocacintas y tornamesas. En la pared se instala un reloj alimentado por pulsos provenientes del mixer. Valdez S. (1997: 69-72)

1.3 Los programas infantiles en la Televisión Nacional e Internacional.

1.3.1 Definición de programas infantiles.

La programación educativa se define como:

“... cualquier programas de TV que estimula las necesidades educativas e informativas de niños menores de 16 años, incluyendo las necesidades cognitivas”.¹

Programa “children and Media” Estados Unidos, 1999

“Para calificar un programa se debe.

- *Tener un propósito significativo para educar a niños menores de 16 años.*
- *Tener un objetivo educacional bien definido y escrito.*
- *Tener un grupo de edad determinado con la audiencia intencional.*
- *Tener una duración de mínimo 30 minutos.*
- *Tener una transmisión regular.*
- *Transmitirse entre las 7 AM y las 10 PM.*

Programa “children and Media” Estados Unidos, 1999”

De la misma forma, en Europa, varios países adoptaron en 1994 “La Resolución Bratislava”, que aporta definiciones y obligaciones dentro de la realización de programas infantiles educativos y de calidad. Esta resolución decreta que los programas infantiles de calidad deben:

...“Aportar con valores humanos positivos y fundamentales, los mismos ayudan al desarrollo de la conciencia personal en los niños, y aportan nuevas dimensiones a su comportamiento social básico y a su conocimiento sobre el mundo”...

...“Enfocar y estimular los valores de todas las personas y las naciones de acuerdo a sus tradiciones, sus raíces sociales y culturales, y la identidad nacional de cada país”...²

La Unión Europea de transmisiones establece que los niños pueden ser particularmente sensibles a la violencia y la brutalidad. Los programas deben contener una actitud positiva hacia la vida, los valores humanos y nada de violencia. Al representar conflictos y violencia en los programas hay que tener en cuenta que los niños se identifican con los personajes en niveles emocionales, es decir los superhéroes comunes en los programas infantiles. Los realizadores de programas deben comprender que los niños son fácilmente

¹ Universidad Udlap de mexico . www.catarinaudlap.mx. Documentos. Programas infantiles. 17/06/08, catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/...a.../capitulo4.pdf -.

² Universidad Udlap de mexico . www.catarinaudlap.mx. Documentos. Programas infantiles. 17/06/08, catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/...a.../capitulo4.pdf -.

influenciados, y por lo tanto, hay que tener precaución para no impedir su desarrollo moral correcto.

La Cámara de la Televisión para Niños (“UNESCO, 2001), resalta que:

...“Los niños deben tener programas de gran calidad y realizados específicamente para ellos, sin explorarlos. Estos programas, junto al entretenimiento, deberían permitir a los niños a desarrollarse física, mental y socialmente en todo su potencial.

Los niños deben oír, ver y expresarse a sí mismos, a su cultura, a su lenguaje y a sus experiencias de la vida a través de programas televisivos que apoyan a su noción individual, comunitaria y espacial.

Los programas para los niños deben promover una apreciación de otras culturas paralelamente a la cultura propia del niño.

Los programas para los niños deben de ser abiertos en género y contenido, pero no deben incluir escenas gratuitas de violencia y sexo.

Los programas infantiles deben transmitirse en periodos regulares de tiempo cuando los niños pueden verlos.

Recursos suficientes deben aportarse para que dichos programas tengan los estándares más altos de calidad”...

Según Aimée Dorr (1986) existen variables de contenido televisivo que influyen a los niños. Algunas de estas variables han sido identificadas por productores interesados en diseñar un programa institucional efectivo, mientras que otras se identificaron por productores interesados en la televisión comercial y pública.

Dichas variables son:

- **Repetición:** El contenido que se repite.
- **Claridad:** Las ideas presentadas claramente, en orden lógico, sin material exterior, interrupciones o ideas conflictivas.
- **Encondificación:** El contenido presentado con un estilo visual y verbal fácilmente entendible y memorizable.
- **Familiaridad:** El contenido que contenga más elementos familiares para los niños.

- **Participación:** El contenido que guíe a su audiencia a participar activamente.
- **Re-enforzamiento:** El contenido con re-en forzamiento positivo.
- **Estatus:** El contenido asociado con alto estatus y con protagonistas juzgados socialmente como de clase alta.
- **Identificación:** El contenido que permita a los niños identificarse con los personajes principales, por poseer similitud o características deseables.
- **Variación:** El contenido presentado con diferentes protagonistas o situaciones.
- **Realismo:** El contenido presentado como real o realístico.
- **Fascinación:** El contenido en contexto que provoque una fascinación o atracción moderada en la audiencia.

Si bien es cierto estos decretos son hechos basados en culturas y regiones universales, pero aplicadas en la Europea, países o continentes como el americano obvian en su mayoría estas observaciones que no son más que la lógica de la conformación de un programa de televisión para niños, específicamente en países latinos, en donde para nada han sido adaptados algunos de estos requerimientos.

Lastimosamente este tipo de decretos a favor de la televisión infantil son fácilmente vulnerados por las grandes industrias televisivas, eso conlleva que el consumidor más frágil como es el niño consuma lo que se le antepone en sus ojos, de todos modos no hay que olvidar que quienes conforman un programa de televisión son adultos, los mismos que se disfrazan, manejan

títeres, e incluso los niños que han sido animadores de un programa han sido guiados por adultos.

Sería casi imposible que todo un programa lo hagan los niños tanto al frente como detrás de la cámara, pero si se considera el hecho de que se puede hacer un sondeo para crear un programa infantil en el que se debería tomar las bases y los conceptos de aquellos niños que quisieran expresar que les hace falta ver.

1.3.1.1 Los niños y la Televisión.

...“El niño se desarrolla en función de la cultura que le rodea, de un complejísimo sistema en el cual la modificación de una sola situación no es suficiente para alterar la situación general. Los cambios humanos se dan cuando existen transformaciones en los diversos contextos de desarrollo y actividad y cuando se ejerce una influencia, consciente o inconsciente, en una determinada dirección.

En este sentido, la loable iniciativa de ejercer una influencia consciente, donde hasta ahora se ha dirigido de manera no consciente, no es sino una parte dentro del proceso que tamaña empresa requiere. (...)

Pero la influencia sólo se puede ejercer si se actúa en un entorno concreto, con unas herramientas concretas y con unos objetivos concretos. Si nos alejamos de aquello sobre lo que queremos influir mediante el establecimiento de leyes y principios de actuación rígidos sobre algo que no es el desarrollo infantil (los contenidos televisivos), las probabilidades de alcanzar soluciones a nuestra preocupación por la infancia pueden disminuir”....

RTVE. (2005:7)

La televisión ofrece muchos contenidos, no todos válidos para cualquier niño en cualquier momento de su vida. Esto significa sensibilizar y ayudar a los padres a hacer frente a hábitos y contenidos televisivos no recomendables, guiar de manera adecuada a sus hijos mediante una serie de medidas articuladas y concertadas de forma rigurosa por todos los sectores sociales implicados. RTVE, (2005:17)

Es importante señalar que la familia es, en primera y última instancia, la que más puede hacer por fomentar y mantener un comportamiento y hábitos televisivos adecuados de los niños y jóvenes. Es necesario transmitir a las familias los conocimientos necesarios para educar sabiamente a la infancia respecto al consumo de programas televisivos.

1.3.2 Breve Descripción de Programas Infantiles Nacionales e Internacionales.

A continuación se detalla algunos de los programas infantiles internacionales que influyeron de alguna manera en su momento, entre de los infantes que actualmente ya son personas adultas y aun los recuerdan, es preciso anotar que se escogió aquellos programas que tenían como target principal a los niños o fueron vistos por los mismos y dejaron gran secuela de recuerdo; de la misma manera aplica esta lista a programas transmitidos al Ecuador.

1.3.2.1 XuXa.

Programa infantil de origen brasileño transmitido por TV GLOBO llamado “Xou da Xuxa” llevado a más de 100 países tubo un periodo entre (1986-1992), luego obtuvo su propia versión llamado El Show de Xuxa transmitido por TELEFE de argentina donde prácticamente concluyó su carrera. Su animadora era una rubia muy hermosa la misma que encantó a grandes y por supuesto a sus eternos seguidores como eran los chicos, su vestimenta consistía de pantalones recortados donde se resaltaban sus voluptuosas piernas, sus ojos

eran celestes y encantadores, y su rostro perfectas líneas simétricas, daban aquel toque sensual femenino esencial para atrapar niños.

Junto a ella siempre se encontraban su cuartel de niñas co-animadoras las mismas que tenían una vestimenta parecida a la de la animadora estas fueron conocidas como “PAQUITAS” su trayectoria fue tan grande que en varios países trataron de hacer imitaciones con diferentes resultados.³

1.3.2.2 Chiquititas.

Telenovela argentina basada en Historias de niños huérfanos, abandonados o explotados que a partir de conocer el amor de un hogar, fueron creciendo en medio de juegos, canciones y risas, la trama de este programa se fundaba en que los niños después de transitar un camino de superación al dolor finalmente lograban torcer su destino hacia la felicidad

Este programa infantil comenzó a emitirse en 1995 y finalizó en 2001 esta novela que tiene sus orígenes desde el siglo XIX, mucho antes de que exista el cine y la televisión, fue adaptada a la televisión el concepto se basa en la vieja historia de niños huérfanos que pasaban distintas trayectorias durante toda la novela.

Esta novela fue llevada a muchos países, aunque en algunas ocasiones tenían historias que podían resultar tristes por su temática su tema central era la narración de una historia romántica para el gusto de toda la familia, y fue adaptada en capítulos diarios.⁴

³ Xuxa, www.wikipedia.com: fragmento de la vida de la animadora brasileña: 20/05/08

⁴ Chiquititas, www.chiquititas99.galeon.com: página oficial de la telenovela: 18/05/08

1.3.2.3 El Chavo del Ocho:

Comedia mexicana nacida en TELEVISA en 1971 inició su periodo con el programa en el formato como lo conocemos hasta 1992 que fue el año en el que se grabó el último capítulo de esta serie.

En la actualidad se retransmite diariamente, llevándola incluso hasta las caricaturas.

La trama de esta comedia se basa en las anécdotas de inquilinos que viven en una vecindad y que tienen como vecino a un niño huérfano que vivía en el cuarto ocho de la misma, este niño gozaba de un inmenso apetito.

Sus travesuras fueron deleite para chicos y grandes, aparte de este “niño” (personaje principal caracterizado por un adulto de 30 años en sus inicios) existieron otros niños, todos ellos adultos que fueron caracterizando a niños.

La idea principal de este programa no fue caracterizar a niños sino a adultos en forma de niños. Aunque sus guiones apuntaban a un público adulto su principal audiencia siempre estuvo en los niños siempre que les gustaba el programa.

Tv Azteca (2002: Documental)

1.3.2.4 Yuly:

Fue un programa infantil ecuatoriano, que estuvo animado por una mujer adulta, (de nacionalidad peruana) y que fue transmitido entre los años 1990 hasta 1995 por TELEAMAZONAS sin duda esta era una imitación directa de lo que fue el programa de XUXA, por su colorida escenografía, el aspecto físico de la presentadora y su vestuario corto donde dejaba ver sus piernas y su bien trabajada figura. Además la presentadora estaba acompañada de niñas denominadas como Yuliets, las mismas que tenían un similar vestuario al de la

animadora, junto a ellas existían dos personajes co-animadores uno de ellos el personaje de la abejita era adolescente, y el dinosaurio era un adulto. Revista cosas. (2011:28-30)

1.3.2.5 Club Disney:

Programa que pertenece a una franquicia, su género es de corte infantil. La transmisión es de frecuencia nacional, con cuatro animadores ecuatorianos. Salía al aire los días sábados en un horario matutino de 08:30 a 09:30, por la señal de Teamazonas, entre los años 2003-2008

Con la animación de niños y niñas este programa tenía como objetivo presentar las caricaturas de la empresa Disney, los conductores del programa que cuentan con poco tiempo al aire. Ya que el resto del tiempo del programa se lo dedica a emisión de caricaturas. Su principal grupo objetivo son niños y niñas menores de 5 años. Teamazonas⁵

1.3.2.6 Aventureros:

Es un programa infantil ecuatoriano que en un inicio fue producido por el Instituto Nacional del Niño y la Familia (INNFA) que actualmente se encuentra acogido por el Ministerio de Inclusión Social. Es transmitido todos los sábados y domingos en un horario matutino que oscila entre las 06:00 y 09:30. Su transmisión es a nivel nacional en diferentes horarios y en 69 canales locales de televisión y de cobertura nacional entre los que constan (TV Hoy, Telerama, Canal uno, RTS, TC, Ecuavisa internacional, Ecuador TV).

⁵ Club Disney, www.teamazonas.com: franquicia del programa original, 13/06/08

Los conductores de este programa son 4 títeres, un árbol, una abeja, un gusano y su animador principal que es un perro más conocido como Babau, todo ellos recreados por adultos.

Aventureros tiene tres propósitos fundamentales:

- Educar en valores.
- Informar sobre los derechos de los niños, niñas y adolescentes, exigiendo que se respeten esos derechos.
- Conocer las bellezas de nuestro país, la riqueza de nuestra cultura, la grandeza de nuestra gente y nuestra historia.

También se promueve el turismo, todo esto envuelve a un mensaje, que al llegar a sus receptores como son la familia. (Fragmento entrevista a Pamela García. 30/12/2008)

1.3.2.7 RED NNACE:

Era un espacio dentro del noticiero de Televistazo (Ecuavisa, canal ecuatoriano), en la tercera edición. Inicio desde El 21 de Mayo de 2007. El proyecto denominado “Los Niños, Niñas y Adolescentes Comunicadores Del Ecuador” (NNACE), se transmitió en un horario nocturno para adultos 20:00 a 20:30 dentro del espacio de noticias, y se lo realizaba minutos antes de terminar la emisión nocturna de este noticiero. El tiempo de transmisión del espacio contaba con cerca de 3 minutos para exponer los reportajes realizados por los niños, este proyecto duro pocos meses pero tuvo una gran acogida por que la realización de reportajes por parte de los niños, se programó como algo innovador dentro de los medios de comunicación ya tradicionales.

La temática de estos reportajes giraba en torno a muchos niños que se encontraban a nivel nacional, los mismos que planteaban historias de drama humano en donde los principales protagonistas eran los mismos niños y adolescentes, el cierre de estos reportajes siempre tenía como objetivo proporcionar mensajes reflexivos a los televidentes.

Televistazo eran quién producía este espacio, con el apoyo de él programa ACNNA (Agencia de Comunicaciones de Niños, Niñas y Adolescentes), el mismo que forma parte de la RED ANDI (Agencia de Noticias Sobre los Derechos de la Infancia) de América Latina.

Este sistema de comunicación tenía como principal tarea realizar un monitoreo del tratamiento que hace la prensa de los temas relacionados con la infancia.

Los aliados de ANDI eran la ONG PLAN y UNICEF.⁶

1.3.2.8 TIKO-TIKO:

Es un programa infantil ecuatoriano cuyos inicios datan en el año 1973, actualmente es transmitido por la señal de Telerama en un horario vespertino de 18:30 a 19:00.

Este programa lleva muchos años al aire tal es así que su generación lleva algunas etapas, su principal animador es un payaso que con notas bastante educativas, canciones e invitados especiales para niños y niñas, entretiene las tardes de los pequeños televidentes.

⁶ Unicef, www.unicef.org/ecuador:2008: programa de jóvenes reporteros, 28/09/08

Este personaje aparte de entretener a llevado a lo largo de muchos años un incentivo para educar por medio de canciones de su autoría, dentro de su programa tiene un espacio de manualidades donde los niños aprenden cosas sencillas de realizar, y otro espacio donde se enseñan las normas culturales a los niños, la idea de este espacio es explicar a los niños que se debe hacer y qué no se debe hacer dependiendo del sitio donde se encuentren.⁷

1.3.2.9 Pequeños exploradores:

Es un programa ecuatoriano que inició su transmisión el 20 de noviembre del 2004, con un formato educativo auspiciado en un inicio por el Instituto Nacional del Niño y la Familia (INNFA).

Sus primeras transmisiones se dieron gracias a un convenio de corporación con Ecuavisa, Teleamazonas, Telerama, Canal 1, RTS y Caravana TV, en un horario infantil, entre las 07:30 y 10:30.

Sus animadores actualmente son 4 (Laura, Daniel, Darío y María José) que junto a Juancho y Bolo este último un cuy, son los títeres que dan vida a este programa, el mensaje que transmiten es su entretenimiento por medio de concursos y dinamismo con los participantes para llegar a los receptores que es la familia pero como principal grupo objetivo son los niños, los mismos que pueden enviar sus fotos para que sean vistos por todos los televidentes en el programa.⁸

⁷ Tiko-Tiko, www.tikotiko.com: 2008: página oficial de Tiko-Tiko,03/03/08

⁸ INFA, www.infa.gov.ec:2007: página oficial del Infa, 20/12/07

1.3.2.10 Osmosis.

Fue un programa ecuatoriano que se transmitía dentro y fuera del territorio nacional por estar en señal UHF (Ecuavisa internacional) fue producido por estudiantes de la universidad San Francisco de Quito.

Era animado por niños que realizaban reportajes de diversos eventos que ocurría en la ciudad de Quito, se transmitía los días sábados en horario vespertino de 14:00 a 15:00.

Sus conductores fueron los niños que animaban el singular programa sin embargo los reportajes eran realizados por adolescentes haciendo que sus receptores sean adolescentes para quienes fueron realizados los reportajes ya que los temáticas tratados dentro de ellos no eran para niños, sus notas cubre más el interés de un público adolescente – adulto.⁹

⁹ Ecuavisa, www.ecuavisa.com/ecuavisa-internacional.html:2007: página oficial de Ecuavisa internacional; 27/10/08

CAPITULO 2

2. La Comunicación aplicada a los programas infantiles.

2.1 Tratamiento de los estereotipos en programas infantiles desde la visión propuesta por los teóricos de comunicación.

2.1.1 La teoría funcionalista de la comunicación:

La premisa fundamental de esta teoría es que NADA ES LO QUE PARECE, hay que tener una mirada crítica de la sociedad y de la información. Oír, ver, leer, detrás de los mensajes.

En el ámbito de la comunicación, la teoría funcionalista nace a principios del siglo XX con la obra de Harold Laswell. Como todas las teorías de la comunicación, trata sobre el poder y la influencia de los medios de comunicación en el público.

Esta teoría afirma que los medios de comunicación, entendidos como emisores de información, siempre tienen la intención de obtener un efecto sobre el receptor, es decir, se intenta persuadir a los espectadores. Para conseguirlo se formulan las siguientes preguntas: quién, qué, a quién, a través de qué medio y con qué finalidad. Oda Ángel F. (2001:2)

2.1.2 Teoría de las 5 preguntas.

Básicamente en la teoría de Laswell, que no abandona el conductismo, pero si amplía su campo. No habla de la aguja hipodérmica, sino de la “Bala Mágica” y analiza los cinco elementos llamados el paradigma de Laswell:

- Quién = Emisor.
- Qué= Mensaje.
- A Quien= Receptor.
- Qué Canal= Canal.
- Qué efectos= Efectos.

Toda la teoría de la comunicación responde a estas cinco preguntas. Oda Ángel F. (2001:13)

¿QUIÉN? Análisis control:

Es el emisor que comúnmente se lo cataloga al programa o la persona (animador) que elabora una idea capaz de transmitirla a sus receptores, parte de esa premisa, y por esa misma razón es el encargado de responsabilidad por efecto de reacción a futuro de los emisores.

¿QUÉ? Análisis contenido:

O mensaje equivalente a todo el proceso de codificación de contenidos del programa y que es lo que pretende transmitir, luego de elaborar varios códigos de comunicación entre los que están voz, gestos, palabras, y sobre todo imágenes. Esa reunión de recopilaciones forma un mensaje específico que envía al receptor una señal.

¿QUÉ CANAL? Análisis medios:

Se refiere al canal o medio por el que va ser enviado la codificación de mensajes, el canal a ser transmitido debe de regir el perfil de los mensajes enviados, entre los cuales hace énfasis a medios escritos, visuales o sonoros. Sin embargo se toma en cuenta que todo canal solo se encarga de su transmisión más no de su recepción.

¿A QUIÉN? Análisis audiencia:

Esta etapa es dirigida al receptor que es la persona o grupo de personas que receptan el mensaje enviado, el mismo que está en capacidad de aceptarlo o negarlo dependiendo de si se ha cumplido con diversos factores. El receptor tiene la capacidad de consumir el mensaje completamente o simplemente obviarlo a primera instancia.

¿EFECTOS? Análisis efectos:

Conlleva a saber cuál fue la reacción que causó en el receptor, luego de todo el proceso en la elaboración, creación y envío de un mensaje, si está bien dirigido habrá una retroalimentación es decir una respuesta, a pesar de que todo mensaje obtiene una respuesta, un elemento mal enviado a un receptor mal dirigido puede anular todo el proceso.

Luego de haber analizado cada una de las 5 preguntas y basado en la teoría de la comunicación, se puede notar lo eficaz y lo complicado que es elaborar un código de datos para enviar un mensaje.

Para los programas de televisión es más complejo elaborar un mensaje se adquiere un sinnúmero de caracteres más complicados, entre los cuales están, la idea, los elementos visuales (escenografía, colores, utilería, etc.), el animador, el horario, y hasta el canal de transmisión. Justamente para esto se aplica los denominados "TARGET" (utilizados en publicidad) que sirven para escoger un grupo de gente al cual se quiere enviar el mensaje con ello, se evita plantear mensajes para receptores erróneos.

En los programas de televisión para público infantil están en los denominados "receptor difícil" porque el niño a corta edad es un receptor puro que no tiene en su mente mucha memoria visual es decir no ha visto mucha televisión como un adulto y por consiguiente es deseoso de mirar lo que más pueda, el programa de televisión que quiera captar la atención de los niños tendrá que elaborar una variedad de datos, signos, símbolos, con el fin de captar su atención en los primeros minutos, caso contrario cambiara de canal.

2.1.3 Teoría la Aguja Hipodérmica.

Esta teoría se desarrolló entre 1900 y 1940. Uno de los más reconocidos teóricos de la misma fue Laswell uno de los autores considerados padres de la comunicación, o mejor dicho padre de los inicios de los medios de comunicación.

Su principal postulado dice que los medios de comunicación "inyectan" una información con un contenido que se da por cierto y verídico; es decir, que lo que un medio de comunicación diga (por ejemplo, que se desató una guerra) es cierto y de ninguna manera requiere ser verificado.

...“Esta es una teoría que entraña, indudablemente, muchos peligros, pues jamás pone en entredicho la veracidad de la información que suministran los medios y, por el contrario, legitima la capacidad de éstos de moldear conductas y de estimular a las masas para que éstas respondan, entendiendo a éstas (a las masas) como a un grupo sin criterio que puede ser manipulado por los medios, los cuales, a su vez, son instrumentos de los poderes públicos y privados.”...Wolf M. (1985: 22-69)

2.1.3.1 Estructura y función de la comunicación de masas.

El proceso de la comunicación en la sociedad realiza tres funciones:

- **Vigilancia del entorno:** Revelando amenazas y oportunidades que afecten a la posición de valor de la comunidad.
- **Correlación:** De los componentes de la sociedad en cuando dar una respuesta al entorno (conexión de los sujetos).
- **Transmisión del legado:** Es la herencia social.

Al calibrar la eficacia de la comunicación en cualquier contexto dado, es necesario tener en cuenta los valores en juego, así como la identidad del grupo cuya posición se está examinando. En las sociedades democráticas, las opciones racionales dependen del fundamento, el cual, a su vez, depende de la comunicación y, muy en especial, de la equivalencia de observación entre dirigentes, expertos y profanos.

Para un programa de televisión, esta aguja, ayuda a estabilizar dicho programa si se considera tambalear, reforzar las exigencias del consumidor sin salir del perfil es considerado como una manera de vigilar las amenazas y virtudes del programa, el mayor crítico de cualquier producto audiovisual sin duda es la comunidad , y la misma mantiene o elimina un programa.

Con mayor razón los programas infantiles, los padres son los principales veedores del consumo visual de sus hijos y si consideran que un producto no reúne algunos factores (aun así sea del agrado de los niños), simplemente no permitirán verlo. Aunque esta teoría se aplica con mayor razón en programas de generación de movimientos de masas, como noticieros, coberturas políticas, diplomáticas y deportivas, no deja de considerarse a las masas en menor cantidad el público infantil. Un ejemplo se lo podría ver reflejado en que si un medio genera una convocatoria para los niños donde se conlleve hacer una campaña para sembrar árboles, la teoría de la aguja habrá canalizado un perfil de público menor pero no menos importante. Rendón J. C. (2007:25)

2.1.4 Teoría del Estructuralismo.

Ferdinand de Saussure es considerado uno de los fundadores de los métodos de este enfoque, con sus cursos dictados de lingüística. Según Saussure, la lengua es una "institución social", mientras que la palabra es un acto individual.

Roland Barthes define a la semiología como aquella disciplina que tiene como objeto todo sistema de signos, cualquiera que sea su instancia, cualesquiera que sean sus límites: las imágenes, los gestos, los sonidos melódicos, los objetos y los complejos de estas instancias que se encuentran en ritos, protocolos o espectáculos constituyen, sí no lenguajes, sí al menos sistemas de significación.

Las teorías de la comunicación más importantes (que han aportado un esquema y enfoque significativo a su estudio) son el Marxismo y el Funcionalismo.

El primero se centra en las necesidades que tiene el emisor al dar a conocer su mensaje a la sociedad, que es vista como homogénea e indefensa a cualquier tipo de manipulación ideológica, no es raro que las necesidades sean económicas y que la respuesta deseada por parte del receptor sea la compra, ya que en aquellos tiempos estaba en su auge la Revolución Industrial.

Años más tarde, apareció el Funcionalismo que se centraba en el mensaje y en el canal (es decir, los medios de comunicación), y en su función dentro de la sociedad, como creadores y anuladores de valores e ideologías. Aquí, la sociedad adquiere mayor importancia, ya que se hace hincapié en que ésta es heterogénea y está compuesta por diversos círculos sociales (familia, escuela, trabajo) que cumplen una función determinada dentro de la sociedad general.

El estudio de Saussure se basa en las siguientes premisas:

- El lenguaje es un sistema superior a la suma de sus partes (H₂O).
- Los elementos del lenguaje siempre son definidos por relación (combinación o Contraste) con otros elementos, en un determinado momento.
- La naturaleza arbitraria de los elementos lingüísticos, donde todos son definidos en: Términos de función y propósito, en oposición a sus cualidades inherentes.

Saussure distingue entre:

- Lengua/habla.
- Símbolo/signo.
- Significante/significado: Concepto/imagen acústica.
- Forma/contenido.
- Lineal.
- Arbitrariedad: Sincrónico (inmotivado)/ diacrónico (motivado).
- Relaciones paradigmáticas/sintagmáticas.
- Diferencial: Presencia (+)/ausencia (-).

Así, llegamos al Estructuralismo. Éste se centra más en el receptor, en su contexto y en su código; y los medios ya no son creadores ni anuladores, sino solamente recordadores y transmisores de imágenes que ya todos conocemos y aceptamos por igual en sociedad. Sin embargo, el mensaje carece de importancia; lo que importa son las sensaciones e ideas que éste provoca sobre el individuo. Todorov, T. (1975:20)

2.1.5 Teoría de la Acción Comunicativa.

En principio esta teoría está basada en la relación comunicacional lingüística. Esta composición estructural nos lleva a tomar como elemento de referencia, estructuras de funcionamiento que no son iguales con las que trabajamos en este contexto. No cabe duda por otra parte que dicho “constructor” es un sólido baluarte desde él que se puede analizar procesos comunicativos en su esencia.

La estructura conceptual de esta teoría en la parte en la que desarrolla los mecanismos de Acción Comunicativa se retrae a la explicación de otros tipos de acciones sociales que se extraen de las relaciones entre actor y mundo. Como nudo conductor para explicitar dicha racionalidad es necesario remitirse al concepto de "entendimiento" que se alcanza como un acuerdo racional entre actores donde se evalúan las "pretensiones de validez" como representaciones simbólicas del saber.

La "racionalidad comunicativa" se establece de esta forma desde las distintas posibilidades de generar el discurso y en las relaciones que a través de la "acción comunicativa" los actores realizan con el mundo.

Habermas quién elige la teoría popperiana del "Tercer Mundo" para explicitar las relaciones actor-mundo. Desde este punto comienza a explicitar las implicaciones de los conceptos asociados a las "pretensiones de validez" en la racionalidad.

La acción comunicativa es definida como "una interacción mediada por símbolos". Tiene como núcleo fundamental las normas o reglas obligatorias de acción que definen formas recíprocas de conducta y han de ser entendidas y reconocidas Inter-subjetivamente.

El presupuesto de la teoría de la acción comunicativa es que, existen **tres mundos**, los que constituyen conjuntamente el sistema de referencia que los hablantes suponen en común en los procesos de comunicación. El mundo externo alude a los *mundos objetivo y social*, y *el interno* al mundo subjetivo. Es

decir que, para esta concepción, el hablante, al ejecutar un acto de habla, entabla una relación pragmática con:

- **Mundo objetivo:** Totalidad de las entidades sobre las que son posibles enunciados verdaderos.
- **Algo en el mundo social:** Totalidad de las relaciones interpersonales legítimamente reguladas).
- **Algo en el mundo subjetivo:** Totalidad de las propias vivencias a las que cada cual tiene un acceso privilegiado y que el hablante puede manifestar verazmente ante un público, relación en la que los referentes del acto de habla aparecen al hablante como algo objetivo, como algo normativo o como subjetivo.

El hablante y el oyente se entienden desde y a partir del mundo de la vida que les es común, porque esta simbólicamente estructurado, sobre algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo.

De acuerdo a este punto de vista hay que entender que un acto de habla, significa, para el oyente, saber qué lo hace es aceptable.

Así la acción comunicativa se basa en el *consenso simbólico*. La verdad, la rectitud y la veracidad, respectivamente, son los criterios de verdad. El mundo de la vida es el lugar trascendental en que el hablante y el oyente se salen al encuentro planteándose esas pretensiones de validez; es el horizonte de convicciones comunes a problemáticas en el que se da la acción comunicativa.

Uriel H. (2007:5)

2.2 Semiótica de la Imagen.

2.2.1 Análisis de Imagen.

Todos estos códigos y competencias que se señalan, influyen a la hora de analizar la imagen. El análisis de imagen que se realiza en los Centros de Documentación, se resume en el siguiente esquema.

Por un lado, una descripción puramente formal que correspondería a la descripción bibliográfica de documentos escritos (aspectos catálogo-gráficos); un análisis morfológico en el que a modo de resumen, se realiza un puro análisis denotativo de las características materiales --naturaleza del soporte, formato, imagen, la óptica, la luz, el encuadre, el ángulo de visión, etc. y una pequeña descripción del contenido que responde al *Paradigma de Laswell*. El análisis de contenido propiamente dicho se realizará consignando: denotación, connotación y contexto.

Connotación y denotación de una imagen: El significado de una imagen que llega a cada uno de nosotros puede ser muy distinto. Depende de lo que hayamos visto o aprendido o de la cultura en la que estemos el que entendamos una cosa u otra distinta. El significado total de la imagen es la suma de estas dos:

- **Denotación:** Es el significado literal de la imagen, o sea, lo que se ve realmente. (Iconografía de la imagen)
- **Connotación:** Es el significado que nos sugiere realmente la imagen. Es algo así como su "doble sentido". (Iconología de la imagen)

Un ejemplo de lo que significa este análisis puede ser cuando vemos en una imagen a un niño con un pastel, y luego vemos otra con ese niño chupándose los dedos, la denotación de la imagen sería sólo lo que vemos, pero la connotación sería que el niño se ha comido el dulce. En ningún momento lo hemos visto comérselo, pero la imagen nos lo sugiere. González M. (1995: 305)

2.2.2 Mensaje Lingüístico.

Se refiere al lenguaje articulado escrito que podría llegar a formar parte de la misma imagen. Por otra parte, la ausencia de palabras recubre siempre una "intención enigmática".

Las posibles funciones del mensaje lingüístico son:

- **Función de anclaje:** Sostiene o apoya la imagen, la función es denominativa y corresponde al anclaje de todos los posibles sentidos denotados. Contribuye a una conveniente identificación de los objetos. A nivel de mensaje simbólico, el lingüístico guía, ya no el reconocimiento sino que la interpretación y constituye una "tenaza" que impide que los sentidos connotados se desorienten. En otras palabras, se limita el poder proyectivo de la imagen.
- **Función de relevo:** Es menos frecuente que la anterior y se la encuentra en las historietas (cómic). Se trata de una intercalación inseparable entre el texto y la imagen, no se encarga de otorgarle sentido a ésta última sino que constituye un elemento más de la imagen transmitida en el video del cómic.

En los casos en que el mensaje lingüístico cumple una función de relevo, posee una carga informativa mucho mayor que cuando se trata de anclaje.

La significación recae sobre las palabras y la imagen aparece como un acompañamiento semiótico.

Barthes intenta establecer a nivel teórico las reglas que aparecen en el proceso de connotación icónico, proceso que se hallará limitado por las habilidades interpretativas de los receptores.

Su análisis, nos refiere a la denotación. Para captar el nivel denotativo, solamente se requiere la percepción. Sin embargo, cabe puntualizar que el análisis estructural denotativo nunca debería confundirse con una simple enumeración de los elementos, sino que explica y describe la relación de los mismos en función de una estructura.

La imagen literal es la imagen denotada, a la que le corresponde la identificación, la cual es una operación 'natural', en el sentido en que la relación entre significante y significado se establece en un primer nivel de lectura.

González M. (1995: 328)

2.2.3 Lenguaje Corporal.

El lenguaje corporal se refiere a todas nuestras expresiones a través de los movimientos, posturas o gestos que se hagan con las diferentes partes del cuerpo. La ciencia que estudia el lenguaje corporal se conoce como:

Kinésica o Quinésica y lo que hace es estudiar el significado expresivo o comunicativo de los gestos y movimientos corporales percibidos por los sentidos visual, auditivo o táctil de acuerdo a la situación.

El lenguaje corporal ha sido estudiado por mucho tiempo y de acuerdo a la opinión de profesionales en psicología y sociología, delata diferentes sentimientos y expresiones que no se logran decir con palabras, pero que se demuestran con el comportamiento físico.

La comunicación es una parte esencial en todos los aspectos de la vida diaria y es un requisito fundamental para el éxito en las relaciones personales. Saber comunicarse de manera correcta y efectiva es básico para evitar malos entendidos y lograr que el mensaje que se desea expresar se transmita correctamente y quien lo escuche lo entienda según la intención que se desea comunicar.

Dentro de lenguaje corporal se habla de posturas abiertas o cerradas. Las primeras se tratan de aquellas posturas en donde no hay barreras como los brazos o las piernas entre un interlocutor y otros; caso contrario en las posturas cerradas, en donde por ejemplo se usan los brazos cruzados para aislar o proteger el cuerpo. Además es importante que consideremos las posiciones ideales para hablar. Por ejemplo:

- En situaciones competitivas: Frente a frente.
- Para ayudar o cooperar: Al lado.
- Para charlar: En ángulo recto. Urpi, M. (2004:54)

Postura de la cabeza.

- Movimientos de lado a lado: Negación.
- Movimientos hacia arriba y abajo: Asentimiento.
- Arriba: Neutral o evaluación.

- Inclínada lateralmente: Interés.
- Inclínada hacia abajo: Desaprobación, actitud negativa.

Postura de brazos.

- Cruce Standard: Postura defensiva, también puede significar inseguridad.
- Cruzarlos manteniendo los puños cerrados indica señal de defensa y hostilidad.
- Cruzar los brazos tomándose los brazos es una muestra de restricción.

Consideraciones importantes a tener en cuenta con el lenguaje corporal:

Si Se inclina demasiado hacia la otra persona, se está invadiendo su espacio personal, esto no se debe hacer cuando aún no hay mucha confianza esto denota una posición muy agresiva.

- Los brazos cruzados son una señal. Mantener los brazos cruzados es señal de alejamiento, significa que la persona no quiere intimar, que no se siente en confianza o que no está del todo bien.
- Una postura encogida significa aburrimiento.
- Mantener una posición relajada con brazos y piernas ligeramente abiertas demuestra auto confianza y seguridad.
- Acercarse más de lo debido o un cuerpo rígido puede demostrar agresividad.
- Mostrarse con una postura erguida es lo mejor para cuando se quiere demostrar seguridad, valor e importancia en lo que se hace.

- Manos en la cintura significa desafío, agresividad.
- Pulgares en la cintura o bolsillos denota virilidad.
- Indicar con el dedo tiene el significado de desafío.

Urpi, M. (2004:58)

Los Gestos.

Los gestos son ampliamente utilizados dentro del lenguaje corporal. El ser humano se pasa todo el día haciendo gestos con todas las partes de su cuerpo y en muchas ocasiones pueden pasar desapercibidos.

Los gestos expresan una variedad de sensaciones y pensamientos, desde desprecio y hostilidad hasta aprobación y afecto.

Los gestos siempre son muy propios de quién los efectúa, a continuación, se presenta algunos gestos que dicen cosas.

- Exhibir las palmas significa verdad, honestidad, lealtad.
- Frotarse las palmas denota expectativa positiva.
- Frotar el pulgar contra el índice quiere decir interés por el dinero.
- Mantener los dedos entrelazados indica frustración, aunque también se usa para disimular una actitud negativa.
- Manos tomadas detrás de la espalda indica superioridad, autoridad, seguridad, cuando en esta posición se toma la muñeca o el brazo significa autocontrol.
- Manos detrás de la cabeza indica actitud dominante, de superioridad.
- Apoyar la cabeza en la mano es una señal típica de aburrimiento.

- Acariciarse la barbilla significa que está tomando una decisión, acariciarse la nuca es enojo o frustración.
- Darse una palmada en la frente o nuca es señal de que algo se olvidó.

La Mirada.

La mirada tiene una importancia enorme. El significado de la mirada dentro del lenguaje corporal es uno de los aspectos que más se estudia y por ende de los que popularmente más se conoce.

Las funciones de la mirada son:

- Es una fuente de información por sí sola.
- Expresa emociones.

Es la encargada de dar el significado o naturaleza de la situación en la que se encuentre el individuo. Urpi, M. (2004:67)

¿Qué dicen los ojos?

- Cuando las pupilas se dilatan es indicativo de interés y atracción.
- Cuando lo que está frente a nosotros es interesante, las pupilas crecen.
- Contracción de pupilas denota mentira, enojo.
- Si se parpadea mucho es señal de nerviosismo e inquietud, cuanto menos se parpadee significa que el estado de tranquilidad es mayor.
- El contacto ocular puede decir mucho. No solo demuestra confianza y control, sino que en relación a la cantidad de veces que miramos a la otra persona y mantenemos el contacto, demuestra interés, atención y

relevancia, además de darle un significado más profundo a todo lo que decimos.

- Mirada de reojo es seducción, interés, curiosidad.

La Sonrisa.

La sonrisa se utiliza generalmente para expresar felicidad, alegría, simpatía o para disimular hipócritamente una situación incómoda.

Hay muchos tipos de sonrisas, cada una tiene un significado especial que depende de lo que la persona sienta en su interior.

- Una sonrisa ligera, de esas que apenas se notan, expresa inseguridad, duda y falta de confianza.
- Una sonrisa sencilla pero intensa, es decir, cuando no hay una carcajada pero las comisuras de los labios se levantan mucho y se pueden observar los dientes de arriba, da a entender confianza, por lo usual, significa que la persona está pasando un rato agradable.
- La sonrisa superior transmite un mensaje de satisfacción al ver a alguien o al recibir algo. Esta es la sonrisa donde se todos los dientes quedan al descubierto.
- Esta última sonrisa puede ser más intensa cuando además se cierran los ojos. Expresa felicidad, diversión. Sin embargo, también suele ser utilizada para engañar cuando alguien esta disimulando la verdad, por eso hay que prestarle atención, y analizar la situación en la que se dé.
- Una sonrisa amplia denota mucha alegría y placer, se acompaña de una mirada estrecha.

- Una sonrisa con carcajada incluida es contagiosa, suele darse entre grupos de personas o cuando la pareja realmente se está divirtiendo.

El carácter según el lenguaje corporal:

Existen señales que de acuerdo a los estudios de la kinésica muestran características propias de comportamientos característicos en individuos.

Aprender a leer el cuerpo ayuda a comprender mejor a quienes rodean a la persona, además de darnos a entender mejor.

Cada vez que acompañamos nuestras palabras con algún gesto, una mirada o una sonrisa especial estamos diciendo nuestros verdaderos pensamientos y sentimientos.

Saber sobre lenguaje corporal nos ayudará a mejorar una cita con alguien que nos atrae, a averiguar de manera más disimulada lo que él o ella piensan y a mostrar nuestros deseos con más intensidad. Urpi, M. (2004: 93-105)

2.3 Los estereotipos.

Proviene de la palabra griega *stereos* que significa sólido y *typos* que significa marca. Es una imagen trillada, con pocos detalles acerca de un grupo de gente que comparte ciertas cualidades, características y habilidades. Por lo general ya fue aceptada por la mayoría como patrón o modelo de cualidades o de conducta. El término se usa a menudo en un sentido negativo, considerándose que los estereotipos son creencias ilógicas que limitan la creatividad y que sólo se pueden cambiar mediante la educación. Amossy R. y Anne H (2005: 31-35)

2.3.1 Estereotipos de Género

El concepto de estereotipo hace referencia a un sistema de creencias acerca de las características que se piensan son compartidas por un determinado grupo. Se lo ha definido también como una construcción cognitiva o socio-cognitiva sobre los atributos compartidos por un colectivo humano.

Dos ideas clave subyacen en esta definición:

- En construcción subjetiva, incluye creencias, expectativas, atribuciones causales, lo que significa que los pensamientos estereotipados no suelen coincidir con la realidad. Más que espejos que reflejan con exactitud el mundo, los estereotipos son imágenes mentales de alta elaboración cognitiva y
- Un estereotipo no suele estar compuesto por un pensamiento o idea singular sino por un conjunto organizado de ideas que se acoplan entre sí. Barbera E. (1998:85)

Se puede resumir al estereotipo de género de la siguiente manera, se asimilan con los prejuicios, estando acompañados por un fuerte componente de evaluación negativa, luego se los identifica con un sistema de creencias compartido con un grupo social determinado, la interpretación más actual es la de definirlos como esquemas cognitivo-motivacionales que interviene activamente y juegan un papel destacado en el procesamiento de la información. Barbera E. (1998:100-101)

Así debe de entenderse por estereotipo o imagen cultural, según un enfoque de carácter sociológico, la idea u opinión de un grupo, esto es la imagen que un grupo tiene de sí mismo y las que miembros de otro grupo tienen de él. El

estereotipo es una figura, imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o una sociedad, opinión, concepción muy simplificada con carácter inmutable.

Fernández Anna M. (2002.16-17)

2.3.2 Juego de Estereotipos.

La noción de *estereotipo* se aplica dentro los estudios de psicología social para analizar la representación o la imagen del otro y de sí mismo que se hacen los miembros de una colectividad. Desde esta perspectiva, un estereotipo es una imagen fija (sobre algo o sobre alguien) que predomina en un ambiente social. Esa imagen puede contener ciertos prejuicios socialmente compartidos.

El estereotipo en el sentido de esquema o de fórmula cristalizada recién aparece en el siglo XX y se convierte en un centro de interés para las ciencias sociales desde los años '20 del siglo XX. El publicista norteamericano Walter Lippmann fue el primero en introducir la noción de estereotipo en su obra *Opinion publique*, en 1922.

Los estereotipos no son perjudiciales en sí mismos e incluso cumplen una importante función cognitiva; para orientarnos en un mundo complejo necesitamos "mapas" que lo simplifiquen, cuya veracidad va desde la mera alucinación hasta los modelos y generalizaciones científicas. Pero tienen doble filo: al mismo tiempo, como han estudiado los psicólogos, sesgan la información disponible y la deforman.

El problema de fondo es otro. Cuando los estereotipos se refieren a "cosas" u "objetos", su validez o invalidez es un problema de "cómo hacer que nuestro conocimiento sea el mejor posible"; es una cuestión epistemológica (métodos del conocimiento científico). Pero cuando los estereotipos se dirigen a seres

humanos aparecen, además, importantes problemas sociales, éticos y jurídicos. Cuando se trata a alguien conforme a un estereotipo, la decisión puede ser más o menos "racional", pero la racionalidad no la hace menos discriminatoria.

Por ejemplo, cuando a una persona se le dice "payaso" o "títere", sabiendo que es un ser humano, si estos términos califican su condición laboral no genera discriminación y es considerado un estereotipo afirmativo; sin embargo, si estos términos se utilizan para referirse al comportamiento de una persona y calificarlo, se genera un estereotipo negativo-descriptivo. Amossy R. y Anne H (2005: 31-35)

2.3.3 Funciones Constructivas del Estereotipo.

La concepción del estereotipo como factor de tensión y de disenso en las relaciones inter-comunitarias e interpersonales. Se denuncia los efectos maléficos del estereotipo. Pero sería equivocado considerar solo el lado negativo del estereotipo, desde hace varias décadas. Diversos planteos críticos apuntan a relativizar los reproches que le son dirigidos.

Los psicólogos sociales terminan por reconocer el carácter inevitable, e incluso indispensable, del estereotipo, que no solo es fuente de errores y de prejuicios, sino también de un factor de cohesión social, un elemento constructivo en la relación del ser humano consigo mismo y con el otro. Desde esta óptica, los autores de *Stéréotypes et cognition sociale* llegan a afirmar que los "estereotipos son el resultado de un proceso que apunta a regular las interacciones sociales con la mayor eficacia posible" Amossy R. y Anne H (2005: 47)

Capítulo 3.

3. Los niños y la Televisión.

El niño siempre se desarrolla en función de la cultura que le rodea, de un complejo sistema en el cual la alteración de una sola situación no es suficiente para alterar la situación general.

Los cambios humanos se dan cuando existen transformaciones en los diversos contextos de desarrollo y actividad y cuando se ejerce una influencia, consciente o inconsciente, en una determinada dirección.

En este sentido, la loable iniciativa de ejercer una influencia consciente, donde hasta ahora se ha dirigido de manera no consciente, no es sino una parte dentro del proceso que toda empresa requiere.

Pero la influencia sólo se puede ejercer si se actúa en un entorno concreto, con unas herramientas concretas y con unos objetivos concretos. Si nos alejamos de aquello sobre lo que queremos influir (el *desarrollo infantil*) mediante el establecimiento de leyes y principios de actuación rígidos sobre algo que *no es* el desarrollo infantil (los *contenidos televisivos*), las probabilidades de alcanzar soluciones a nuestra preocupación por la infancia pueden disminuir.

RTVE, (2005:7)

3.1 Los niños como receptores desde las perspectivas de la Teoría de Jean Piaget.

3.1.1 La Estimulación Temprana.

...“La estimulación temprana hace uso de experiencias significativas en las que interviene los sentidos, la percepción y el gozo de la exploración, la expresión artística, el juego y el autocontrol. Su finalidad es desarrollar la inteligencia, pero sin dejar de reconocer la importancia de unos vínculos afectivos sólidos y de una personalidad segura. Un aspecto a destacar es que, al menos en la mayoría de propuestas de estimulación temprana, el niño es

quien genera, demanda, construye sus experiencias y modifica, de acuerdo con sus intereses y necesidades.”... Ordóñez Ma. Del C. (2007:4)

La estimulación temprana ayuda a comprender la importancia que tiene un niño al sensibilizar los sentidos que todo ser humano posee, y el niño desde que se encuentra en el vientre materno ya accede al reconocimiento de sensaciones de colores sin saber qué color es, pero le llama la atención la variación de temperaturas, y así accede a interesarse por unos colores más que otros entre ellos los de tonalidad viva y cálida. Esa percepción ayuda a que esta investigación tenga respuesta, al analizar personajes que poseen colores vivos y variados

3.1.2 Cómo se produce el desarrollo integral del niño.

...“El desarrollo integral hace referencia a un crecimiento armónico del aparataje y funcionalidad sensorial, perceptiva, psicológica, intelectual, motriz, física y del lenguaje. Este crecimiento se da especialmente durante etapas críticas del desarrollo y maduración neurocerebral del individuo.

El niño posee antes de su nacimiento un potencial de desarrollo, el cual podrá ser optimizado en la medida en que los factores biológicos y ambientales sean favorables. El desarrollo infantil debe ser entendido como el producto de la continua interacción entre el fondo de experiencias, de factores genéticos y el desarrollo biológico.”...Ordóñez Ma. Del c. (2007:15)

El desarrollo infantil se puede explicar sobre la base de algunos principios detallados a continuación:

- Existen etapas críticas del desarrollo, periodos específicos de la infancia en que tiene que producirse la maduración.
- Son varios los aspectos en los que el niño crece y madura, por ejemplo, en lo físico, mental y psicológico.
- Los distintos aspectos del desarrollo se afectan mutuamente
- La biología y el medio ambiente interaccionan entre sí.

3.1.3 Desarrollo de vínculos afectivos.

...“El vínculo afectivo se define como un lazo de afecto filial que una persona establece con otra y que se manifiesta mediante el intento de mantener un alto nivel de proximidad con quien es objeto del apego. Estudios realizados en la década 1970 – 1980 señalaron que los vínculos se forman desde la etapa intrauterina, y que inmediatamente después del nacimiento, el seno materno y el contacto piel con piel, son fundamentales para su fortalecimiento”..

Ordóñez Ma. Del C. (2007:19)

3.1.4 El aparato sensorial y perceptivo.

...“Poseemos seis sistemas sensoriales con los que conocemos y nos relacionamos con nosotros mismos y con el mundo que nos rodea; tacto, gusto, olfato, oído, vista y propiocepción (sentido que informa sobre la ubicación de una parte móvil del cuerpo como la mano y el tronco en posición fija)

Los sentidos trabajan de manera integrada para ofrecernos información del medio. Esta integración ocurre especialmente durante los primeros años de vida, decreciendo con el paso del tiempo, en razón de que la acuidad sensorial no es valorada en nuestra cultura y sistema educativo.

Los humanos mostramos diferencias en nuestros patrones sensoriales y en nuestra capacidad para aprender a través de uno o de otro sentido, los niños y los adultos aprenden mas fácilmente a través de un sentido a otro, por ejemplo, unos lo hacen mejor con la audición y otros con la visión.” ...Ordóñez Ma. Del C. (2007:19)

3.1.5 Psicomotricidad infantil.

La podemos definir como la integración del cuerpo y la inteligencia, si tomamos en consideración sus raíces griegas psiquis (inteligencia) soma (corpóreo).

La psicomotricidad orienta las funciones del movimiento y la inteligencia hacia una educación que favorezca el desarrollo armónico y esencial de la personalidad del niño, su expresión, aprendizaje y socialización grupal, la actividad psicomotriz utiliza instrumentos idóneos que integran el cuerpo y mente representando los cambios y procesos evolutivos del infante, de esta

manera establece esquemas corporales y diversificada comportamientos adecuados que integran su conocimiento y su mundo.

Cuando un niño de corta edad observa y escucha un programa de televisión puede o no llamarle la atención, pero partiendo de la psicomotricidad infantil la armonía de su música el timbre de voz de quien anima o la variación de colores que este, pasa ayudar a captar una mejor atención porque mira algo que sale del ya acostumbrado corto y limitado mundo, en el caso de los programas de televisión escogidos para sus análisis cuentan con una diferencia de tonalidad de voz y además una variedad de colores que llama la atención de los pequeños receptores.

Debemos ayudar a los niños para que se apropien de nociones, respetando procesos educativos y psicológicos fundamentales que permita al párvulo llegar a una representación mental-abstracta, partiendo de experiencias de origen corporal y basarnos en estudios de psicología evolutiva que nos demuestren ampliamente que el niño llega a la organización de su entorno a través del conocimiento, conciencia, corpórea, aceptación y dominio afectivo, estas son condiciones para que su desarrollo sea profundo.¹⁰

3.2 La teoría de Desarrollo Cognitivo de Jean Piaget.

...“Jean Piaget contribuyó enormemente al entendimiento del desarrollo de la inteligencia. Su visión naturalista y biológica surge de observar la interacción del niño con su medio ambiente y de la comprensión de los procesos internos de organización de adaptación que le permiten dar un nuevo sentido al mundo que le rodea.

Entre los principales aportes de Piaget esta haber cambiado el paradigma niño, de un ser que recibe y acumula conocimiento con base a estímulos y refuerzos externos al estilo conductista, a un sujeto activo que construye su conocimiento desde adentro, gracias a la continua

¹⁰ Guía infantil, www.guiainfantil.com: psicomotricidad del niño en su desarrollo <http://www.guiainfantil.com/servicios/psicomotricidad/index.htm>: 26/04/09

exploración del medio que lo rodea, a través de los procesos de asimilación y acomodación, que le permiten avanzar hacia esquemas mentales más complejos”...Ordóñez Ma. Del C. (2007:39)

En este desarrollo se explican los cambios cualitativos que ocurren en el pensamiento durante la infancia, esencial tener presente que el niño es una persona consciente y que conoce, tratando con su actividad, de entender y predecir.

Siempre que hay ambigüedad niño necesita imponer una organización conceptual a la situación para dirigir su conducta. La cognición, por lo tanto no solo es importante para las actividades mentales de respuestas que son comprender y conocer, sino también para conocer las actividades mentales de anticipación como son plantear, anticipar y escoger.

El desarrollo cognoscitivo del niño se debe de integrar en una visión global, del niño como un ser que siente, desea y hace planes. Se debe entender al niño, además como alguien que vive en una familia que tiene una serie de problemas y que presenta también al niño una problemática que el niño tiene que solucionar el niño como actor, que conoce, vive en una variedad de ambientes sociales que determinan los problemas que el niño debe resolver y los recursos que objetivamente dispone para encararlos.

3.2.1Etapas.

Piaget decidió dividir el curso total del desarrollo en unidades denominadas periodos y estadios considerando que cada una de las etapas del desarrollo para descubrir la función de lo mejor que el niño puede realizar en el

momento.

La teoría de Piaget supone que tiene una serie sucesivas de etapas en el desarrollo, que llamó a la infancia como el periodo sensorio motor del desarrollo cognoscitivo, las etapas son continuas, ya que cada una de ellas toma algo de las realizaciones de la anterior o anteriores

3.2.2 Aplicaciones a la Estimulación Temprana.

Se aplican pruebas estandarizadas que siguen la tradición de la teoría del desarrollo cognitivo de Jean Piaget.

En estas etapas de procesos estandarizados, se podrá descubrir por edades según la teoría de Jean Piaget los cambios sensoriales de los niños y su relación con la captación de los programas infantiles. Como un programa infantil puede captar la atención de espectador siguiendo los lineamientos psicomotrices por lo que se caracteriza un infante en su proceso de crecimiento.

3.2.3 Desarrollo psicológico del niño de 4 a 5 años.

A esta edad disfruta con las actividades físicas (trepar, columpiarse, deslizarse,...); aunque su juego es todo movimiento, combinará éste con actividades más tranquilas. Dedicará más tiempo continuado a una sola tarea.

En su juego se refleja mucho la gran imaginación que tiene llegando a confundir lo real con lo irreal. Se refleja claramente en su recreación lo que llamamos "juego simbólico", que es aquel en el que el niño asigna a cada

objeto o juguete de su actividad un papel o rol; a través de este esparcimiento, el niño expresará sus conflictos internos, sus deseos y miedos. Observar este tipo de retozo puede ser de gran ayuda para conocer cómo vive el niño lo que ocurre a su alrededor.

Son muy sociables; aun cuando realicen una actividad individual junto a otro niño, suelen ir conversando con aquel.

Son habladores y preguntones (los famosos e inacabables "por qué"), que ya se iniciaron el año anterior.

Lenguaje y memoria se desarrollan mucho a esta edad.

En el lenguaje apenas comete errores; se acerca casi totalmente al lenguaje adulto. Si se detectan sería signo de alarma y motivo de consulta con el especialista infantil. No debe abandonarse la evolución del trastorno al azar; es conveniente reeducar el lenguaje del niño antes de que se inicie en el aprendizaje de la lecto-escritura, pues se agravaría su problema.

En cuanto a la memoria, no olvidemos que retendrá siempre con más facilidad aquello que sea de su interés y ahora lo hará claramente.

Hay una gran necesidad de afirmarse como persona: ahora es capaz de imitar a los adultos en muchas cosas. La identificación con éstos va a ser fundamental en su evolución. Generalmente, se identificará con el progenitor del mismo sexo, lo cual ayudará a niño a aceptar su propio sexo. Si faltase dicho progenitor debería fomentarse la identificación con otro adulto del mismo

sexo que el niño. Otras identificaciones complementarias (con hermanos, abuelos, maestros,...) contribuirán a acabar de perfilar las características del niño/a; estas últimas explicarían la diversidad de caracteres entre hermanos.

Alrededor de los 4 años, descubrirá de forma natural la diferencia anatómica entre los diferentes sexos, y será uno de los intereses presentes. Intentará verificar cada vez que le sean posibles esas diferencias, tanto con otros niños como con sus padres. Será algo natural el hacerlo. Ordóñez Ma. Del C. (2007:445)

3.2.4 Desarrollo psicológico del niño de 5 a 6 años.

Su motricidad es ahora más tranquila, lo cual le permite también disfrutar en espacios reducidos (el año anterior aún necesitaba espacios grandes). Su motricidad sigue perfeccionándose.

Importante en esta edad, es que la lateralidad o predominio del lado derecho o izquierdo (de mano, ojo y pie), suele estar bastante definida. Utilizará más y será más hábil con su mano dominante, sea una u otra.

Este proceso se va completando hasta los 6 años, pero ya se ha de ir definiendo, pues ha de estar claro antes de que se produzca el aprendizaje de la lectoescritura.

Se encuentra en una actitud muy receptiva, en la que el mundo externo es muy importante. Los niños de esta edad son muy diferentes los unos de los otros.

3.2.5 Desarrollo psicológico del niño de 6 a 7 años.

El niño de esta edad continúa sometido a lo que percibe de forma inmediata, y esa percepción aún no es capaz de corregirla mediante el razonamiento lógico (de la misma forma que lo viene haciendo en los tres últimos años).

El niño de esta edad iniciará su etapa en la escuela, muy distinta a la que era en preescolar: ahora se enfrentará a más exigencias,... Se le intentará facilitar esta adaptación: se le preparará hablando con él sobre lo que le espera (dónde irá, con quién, qué hará,...).

El principal objetivo del curso será el aprendizaje de la lecto-escritura. Si el niño está maduro para ello, en poco tiempo aprenderá. Para ello deberán darse una serie de condiciones:

- Un dominio suficiente del lenguaje hablado (que distinga sonidos, palabras,...)
- Que su inteligencia se encuentre ya en el nivel analítico, es decir, que sea capaz de aislar y diferenciar formas, componer y descomponer grupos de letras.
- Una buena lateralización.
- Buena organización del espacio y del tiempo.
- Una visión y audición dentro de la normalidad.
- Buena psicomotricidad.

Es importante no forzar al niño a iniciarse en la lectura, por el hecho de tener 6 años.

El cálculo será el otro aprendizaje importante del curso: clasificar, ordenar, aprender las series de números,... Para ello, se requerirán las mismas condiciones que para la lectoescritura.

Muestra interés por los cuentos clásicos, y por la naturaleza, los animales, las plantas. Conoce algunos de estos cuentos de memoria y es capaz de contarlos.

3.2.6 Desarrollo psicológico del niños de 7 a 8 años.

El niño de 7 años se muestra más tranquilo que en el año anterior, se mueve menos. Controla más su comportamiento. Muchos de los hábitos los realiza ya sólo: lavarse, vestirse, pero aún precisa ayuda para hacer correctamente otros como bañarse.

Distingue con claridad el lado derecho y el izquierdo, tanto sobre sí mismo como en relación a otros.

A nivel de inteligencia, hay un importante cambio: alcanza las llamadas "operaciones concretas". Ello significa que se pasa a la reflexión y la comprensión lógica de las cosas; empieza a poder ponerse en el punto de vista del otro.

El niño de esta edad sabe clasificar y hacer series, así como establecer correlaciones entre 2 o más series de objetos.

3.2.7 Desarrollo psicológico del niño de 8 a 9 años.

Los niveles de madurez, las experiencias y las condiciones familiares marcarán la variabilidad en los niños de esta edad.

El niño de 8 años se comporta de forma más independiente, y muestra mayor flexibilidad en sus relaciones, pues lo hace con diferentes personas de su grupo.

Se siente más seguro de sí, y ello le hace acercarse a las cosas también con más seguridad, deseando para sí mismo un trato de mayor proximidad al mundo adulto.

Esta seguridad le hará probar verdaderas acrobacias físicas, ante las que mostrar sus habilidades; de ahí, que haya que educarle en la prudencia para evitar peligros innecesarios (facilitar que se sepa proteger a sí mismo).

Muestra gran interés por todos los fenómenos de la naturaleza, curiosidad que hay que aprovechar para hacerle avanzar en sus aprendizajes y en el conocimiento del mundo que le rodea.

Se interesará, asimismo, por la información de tipo sexual.

El niño de esta edad es capaz de contemplar una situación desde distintos puntos de vista. Se iniciará en el concepto de la "relatividad" de las cosas.

Se desarrolla su razonamiento lógico. Ello le llevará a intervenir y discutir más sobre las explicaciones de los adultos. Va a ir desarrollando su espíritu crítico.

Colabora y participa más en las tareas de casa. Es un buen momento para asignarle tareas que pueda desarrollar sin problema, y que le hagan sentirse útil.

3.2.8 Desarrollo psicológico del niño de 9 a 10 años.

A esta edad, las niñas son mucho más maduras que los niños. Dedican casi el mismo tiempo a hablar que a jugar. Se fijan mucho en la ropa que visten, aparece la amiga íntima.

Los niños son diferentes: corren sin parar, hacen rabiar a los grupos de niñas y en el juego prefieren los grupos pequeños a las parejas.

La autoridad de los padres deja su protagonismo para dejar espacio a la propia autoridad interna del niño que cada vez le irá guiando más en sus acciones. Necesita decidir por sí mismo cómo actuar. No le gusta que el padre reaccione con autoridad excesiva, aplicando la ley del más fuerte.

Muestra entusiasmo por las cosas y una gran cantidad de energía física, lo cual hace aconsejar la práctica de algún deporte que facilitará la descarga y el autodomínio.

Tras un período de juego y de actividad "desenfrenada" es conveniente dejar unos momentos intermedios de calma antes de exigir al niño concentración para realizar alguna tarea escolar; pues la excitación de los momentos anteriores podría impedirselo. Debe haber un tiempo de recuperación de autocontrol.

Su memoria visual está más desarrollada que la auditiva; retener información oral le costará más que la información que ve escrita, comprende la relación causa-efecto, es capaz de razonar, analizar y extraer conclusiones, pero sobre hechos o cosas concretas; aún no puede hacerlo en abstracto. Ordóñez Ma. Del C. (2007:460)

Capítulo 4.

4. Análisis comunicacional de dos programas infantiles ecuatorianos emblemáticos y los impactos que tienen en la niñez ecuatoriana.

4.1 Programas Escogidos.

Para llegar a determinar los programas escogidos, para sustentar el análisis de este trabajo se ha realizado una investigación acerca de los programas infantiles con mayor aceptación, tomando en cuenta que sean producidos en el país. De estos programas, dos cuentan con aspectos especiales, uno por sus años en la televisión ecuatoriana y por ser auspiciado por un canal y marcas privadas, el otro lleva poco tiempo al aire pero mucho para ser un programa infantil duradero, su auspicio pasa por una entidad pública, los programas escogidos fueron los siguientes:

Aventureros y Tiko-Tiko: El primer programa (Aventureros) fue escogido por ser un programa que se dedica viajar por todo el país, rescata valores, e influye en los derechos de los niños, en el tiempo que lleva ha tenido gran aceptación por los niños, en el segundo caso (Tiko-Tiko) es un programa que lleva cerca de 30 años al aire con un personaje que sigue siendo visto por algunas generaciones. En los dos casos hablan sus protagonistas y creadores de sus personajes, Ernesto Huertas personaje de Tiko-Tiko, y Memo Segarra el Director y creador, junto a Pamela García, productora de Aventureros. A ellos se une el valioso comentario de Pancho Cavanilla, reconocido productor de televisión en el país, quien conoce de cerca la evolución de la televisión

ecuatoriana y, como catedrático, también ha formado un valioso grupo de productores que tienen la intención de mejorar la producción nacional. Para ello fue necesario hacer las gestiones respectivas para obtener entrevistas audiovisuales y de las 4 personas entrevistadas 2 vivían en la ciudad de Guayaquil, aunque no fue fácil obtener entrevistas la espera y trabas valieron la pena para sustentar este análisis y fundamentar lo escrito en este trabajo.

4.1.1. AVENTUREROS.

Memo Segarra es un artista plástico que ha ido de la mano de sus creaciones. Las caracterizaciones en sus personajes con títeres, despertaron un agradable interés en los productores de televisión. Lleva cerca de treinta años creando, caracterizando y dando vida a un sinnúmero de personajes para diversión infantil, pero es en la televisión donde consigue el reconocimiento del público. Inicia co-animando para un programa con formato de público adulto, (Memo era el personaje en el programa “hacia un nuevo estilo de vida” 2001) el personaje por su comicidad sana llega a despertar el interés de organizaciones públicas del estado. (INNFA)

Posteriormente, se crea Aventureros, un programa de formato infantil cuyo objetivo es recorrer el país, llevando a los niños información y contenidos educativos con mensajes positivos.

Foto 1. Tras cámaras de grabación AVENTUREROS



Tomado: pagina web: www.ciudadanoinformado.com / 30/12/08

“..Comenzó con la necesidad de crear un espacio que dé a conocer los derechos de los niños y las niñas y se valore las riquezas de nuestro país, era nuestra principal preocupación...” (Fragmento de entrevista a Memo Segarra, 30/12/08)

Este programa fue escogido por ser un programa auspiciado por una institución pública como lo es INNFA (actualmente conocido como Mies) a pesar de tener pocos años al aire se ha mantenido a pesar de sus cambios de directores de la institución, su cobertura es amplia a nivel nacional por ser transmitida en diferentes señales a nivel nacional, sus personajes han ido gustando y encantando a tanto a niños como adultos, su personaje principal BBAU a pesar de ser un títere manejado por un adulto a sabido encantar al televidente por sus preguntas bastante inocentes con las que se deduciría las haría un

niño, su horario es matutino en los fines de semana, a continuación la descripción de cada uno de los personajes.

BABAU.- Comete muchos errores, lo que permite que el personaje principal del programa se identifique con su público, uno de sus más divertidos errores es que una de sus orejas se cae, y de a poco se ha ido puliendo el personaje desde su creación y, virtud de ello, se han desarrollado sus inquietudes y su imagen: Orejas largas, Cabello corto rojizo, Gran nariz anaranjada, Grandes ojos negros, Manos con tres dedos y su colorida ropa. Todo esto hace de Babau un personaje didáctico, el color vivo contribuye a atraer la vista de cualquiera y, en especial, de un niño.

EL ÁRBOL.- Es sabio y firme, sus largos años le otorgado mucha experiencia y por eso es el indicado para guiar a Babau. Sus consejos son fácilmente entendibles, no le habla con palabras difíciles, al contrario utiliza un lenguaje sencillo para que todos los niños entiendan y reflexionen. No es autoritario, ni ordena, solo reflexiona.

LA ABEJITA.- Es la innovadora del programa, siempre quiere improvisar ideas, es algo interactiva, pero esa energía con la que cuenta toda abeja, muchas veces la lleva a cometer errores que debe de reconocer al final y disculparse por ellos. Uno de esos errores es el burlarse de su amigo Gus, por no tener manos, a veces sus chistes se vuelven dolorosos, porque critica a alguien con una carencia física. Sus extrovertidas locuras le hacen vestirse hasta como motociclista y sufrir accidentes por su extremada actitud aventura, pero siempre al final termina aceptando la razón. Su agilidad es la de una abeja muy

extrovertida y su vestimenta siempre varía, dependiendo de lo que se le ocurra hacer.

EL GUSANITO.- Es el amigo sereno, tranquilo, al punto de parecer aburrido. Junto con su amiga la Abejita conforman un dúo de polos opuestos. Este personaje frena de alguna manera las locuras de su amiga y siempre terminan con el programa con algún mensaje positivo. Su cuidadoso peinado, la lentitud con que anda y la serenidad para resolver problemas y aconsejar a su amiga, hacen de este personaje un amigo mucho más centrado que otros.

4.1.2. TIKO-TIKO

Ernesto Huertas inicia su trayectoria como animador por los años setenta, después de buscar oportunidades en distintos países, Ecuador le abre las puertas a un reconocimiento impensable.



“..El productor me dijo que buscaba un personaje para un programa infantil, cuando le dije que yo podría hacerlo, me pregunto serias capaz y yo le dije, cuanto hay...” (Fragmento de entrevista a Tiko-Tiko, 09/08/08)

En busca de oportunidades, Ernesto pasa desde ser actor y cantante a presentador de televisión, pero muy alejado de programas infantiles. Sus fallidos intentos por posicionarse en un programa de televisión lo inducen aceptar un área que no es su fuerte, prácticamente su vínculo en la televisión para animar un programa de formato infantil surge por una necesidad económica y la propuesta de algo nuevo entra en un buen periodo, casi sin competencia.

En los años setenta, cuando aun había una evolución de la televisión ecuatoriana, las posibilidades de ingresar a la televisión con una propuesta diferente, por simple que esta fuera, era mucho más accesible que en los actuales tiempos.

Este personaje y el programa infantil de Tiko-Tiko, lleva mucho tiempo al aire, y fue escogido por ser un programa que perdura hasta la actualidad su personaje no ha cambiado, es un adulto que hace un personaje de payaso formal es decir que su rostro es pintado y su vestimenta es formal pero con mucho brillo y bastante colorido, la producción de este programa pertenece a un canal privado como es Etv. Telerama de la ciudad de Cuenca, su variedad de canciones transmiten un mensaje educativo en cada una de ellas, su horario a diferencia del primero es vespertino con reprises los fines de semana.

4.2 Análisis de los estereotipos en los programas infantiles desde las teorías de comunicación.

4.2.1 Desde la Teoría de las 5 preguntas.

Lasswell nos dice; ¿Quién dice que, en que canal, a quien y con qué efecto? Estas preguntas le sirven para delimitar el campo de estudio. ¿QUIEN? Análisis control, ¿Qué? Análisis contenido, ¿CANAL? Análisis medios ¿Quién? Análisis audiencia, ¿EFECTOS? Análisis efectos.

A continuación se analizara esta teoría basado en las cinco preguntas en los dos programas tanto en **Aventureros** como en **Tiko-Tiko**.

Aventureros: Es un programa que ha sido formado basado en estructuras de aplicación en estudio de psicología infantil adjunto con una trayectoria en animación infantil, pero aplicando la teoría de Laswell sabremos qué tan efectivo fue su estructura.

¿QUIÉN? Análisis control.- Es Babau quien tiene el control y el manejo del programa ayudado por sus amigos pero quien lleva la línea del programa es este perro protagonista de cada capítulo, su perfil de curiosidad ayuda a mantener el interés de sus televidentes desde que inicia su programa en alguna travesía hasta que termina de resolver el tema del día, ese control con su público de cierta manera genera un seguimiento del espectador.

¿QUÉ? Análisis contenido.- El contenido del programa es variado, un logro interesante de este es que el programa en general es generado en varias locaciones con eso el televidente evita encontrarse con el mismo espacio, excepto sus co-animadores que siempre estarán en un mismo sitio, por otro lado los temas son de mucho interés, entretenidos y tratados con un lenguaje entendible de tal manera que el público al que se llegue lo entienda sin

problema alguno, además de sus canciones que aparte de ser dinámicas sus letras envían mensajes de concientización resaltando siempre los derechos y deberes de los niños.

¿CANAL? Análisis medios.- El medio a transmitir es el televisivo, este espacio es transmitido en reiteradas ocasiones en diferentes canales locales, nacionales e internacionales, los programas son pre-grabados y retransmitidos principalmente los días sábados pero hay canales que los repiten durante la semana, el hecho de que de que Aventureros sea transmitido por algunos canales locales del país es para que sea visto hasta el rincón más lejano donde los canales principales no llegan con sintonía y por otro lado esta que más que el programa intente ser transmitido por algún canal, son los canales locales quienes han ido tras del programa para poderlo transmitir por su señal.

¿QUIÉN? Análisis audiencia.- Según sus creadores el programa fue realizado para que sea visto principalmente por los niños entre 5 a 10 años, y los temas a tratar son dirigidos a ese tipo de público, para Pamela García productora del programa, este target se incremento con el pasar del tiempo es decir comenzaron a verlo los padres de familia que son los que guían el tipo de programas de televisión quiere que vean sus hijos, y los profesores de escuelas, eso lo pueden comprobar cuando les envían cartas de felicitación o comentarios, además que las escuelas rurales piden copias de los programas para ser analizados en las escuelas, es el medidor de televidentes más real con el que cuentan, el personaje como tal a generado gran interés por sus

cualidades de entretener y enviar mensajes de derechos y deberes para los niños.

¿EFECTOS? Análisis efectos.- Los efectos de este programa son analizados por medio de las cartas que reciben expresándoles comentarios, sugerencias y felicitaciones, dentro de los mismo pueden comprobar que efecto causa en el televidente el programa desde que en Galápagos por ejemplo se levanten a las 5 de la mañana a ver el programa por la diferencia de horario, hasta que en las escuelas rurales analicen el programa como materia de clase. Ese tipo de efectos ha generado el programa en los años que lleva al aire según sus realizadores.

Los receptores, por su parte, tienen un conjunto de necesidades que los medios deben satisfacer. La función de esta institución tiene tres niveles. Por un lado se estandarizan los fenómenos sociales. Además esclarece las condiciones de los modos de vida y, por último, analiza las funciones de las operaciones repetidas dentro de una sociedad.

Respecto de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad, la teoría funcionalista habla de que los medios son utilizados por el Estado (el Gobierno) para vigilar el entorno, controlarlo y para transmitir la herencia social, antes transmitida mediante la educación.

Esto se refleja claramente en el programa **Aventureros**, auspiciado por el INNFA una entidad pública, que inicio una campaña radical a favor de los derechos de los niños y como la publicidad se agoto o no consiguió llegar como

ellos querían se interesaron por hacer un programa de televisión que tenga como lazo de unión a un personaje cómico que llegue al público infantil y que mejor que un títere para evitar una temprana anulación de los personajes como suele suceder, el interés de una entidad pública no la hubiera podido surgir por medio de una entidad privada, es así que por el tiempo que lleva Aventureros al aire no tiene auspiciantes de marcas comerciales, es notorio eso porque el programa de Aventureros está dirigido a una clase social media baja para casos de publicidad no es vendedora ese target por eso no habido marca alguna que se interese por invertir en este programa, mas aun cuando su estructura de programación es demasiado variada, no cuenta con un horario fijo y eso para las marcas no es rentable, el que este programa sea financiado por un medio del estado tiene diferentes de puntos de vista por un lado es un punto aparte dentro de la programaciones de televisión de hecho ni lo consideran competencia para los canales más grandes, por otro lado es el único programa de televisión que es transmitido por diferentes canales locales a nivel nacional, llega a todas partes del país se lo podría considerar como el único programa infantil ecuatoriano en ser visto por todo el país.

La participación comercial del INNFA también tiene su grado de respuesta al que no haya auspicios de marcas privadas, esta es una entidad pública y no es rentable una marca junto a una entidad pública, por otro lado el personaje Babau es de alguna forma el icono o mascota de esta entidad, muchas veces a salido en los programas vestido con chaleco y gorra representando al INNFA y el mismo hecho de recorrer todo el país desde los pueblos hasta las etnias de las tribus indígenas más alejadas es de alguna manera darle a conocer a la

gente el aporte del gobierno a las diferentes partes del país, de esta manera el estado ocupa este programa para llegar a las poblaciones y al resto del país llevarle las maravillas del territorio.

El show de Tiko-Tiko Es un programa que se inicio hace 3 décadas aproximadamente en una generación muy diferente a la actual y a pesar de que fue un programa que se inicio fortuitamente por su animador (Ernesto Huertas) por casualidad y en busca de empleo llega a conseguir adoptar este personaje que en ese tiempo era muy querido por su improvisada forma de romper la estructura de un payaso a un personaje formal, el programa ha tenido alguna etapas pero el personaje siempre mantuvo su línea de animador hasta la actualidad.

¿QUIÉN? Análisis control.- su personaje de Tiko-Tiko lo caracteriza Ernesto Huertas, al principio el programa contaba con niños en el set donde se grababa los programas, había la oportunidad de que los niños concursen y ganen premios con el pasar del tiempo y con algunas variaciones, cambios de temporadas que ha tenido el programa ya sea por sus realizadores o por sus seguidores pero el programa dejo de contar con niños, por una parte ya no era rentable y por otra las etapas cambiaron hasta los gustos de los niños y dejo de tener interés correr por un carro de plástico, sin embargo el control siempre lo ha mantenido su animador principal y de hecho su control ha sido demasiado notorio durante toda su etapa de animador siempre se mantuvo como el adulto ordenando al niño y eso es evidente en sus presentaciones de su show o

fiestas infantiles, por ser el único personaje es también el único al mando del programa.

¿QUÉ? Análisis contenido.- El contenido del programa cuenta con mucho entretenimiento pero sin algún contenido claro de educar o enseñar a profundidad, y eso es evidente en el desglose de su programa todos sus segmentos tienen dinamismo, lo más didáctico que tiene es enseñar a pintar, y su programa cuenta con casi la mitad del programa con canciones que también son entretenidas pero no envían mensaje alguno, son fábulas hechas canción, el contenido del programa no muestra gran interés hacia su público, el programa es generado en el mismo espacio con set virtual aunque llamativo para los niños es repetitivo y con el tiempo puede generar aburrimiento, sus canciones por muchos años han sido repetidas.

¿CANAL? Análisis medios.- El medio a transmitir el programa es televisivo y es generado por una sola señal de televisión que no cubre todo el país, pero que si es transmitido durante todos los días de la semana, de lunes a domingo en diferentes horarios, los programas son pre-grabados y retransmitidos en diferentes horarios durante los 7 días, otro medio por el que es publicitado su programa es el Internet, y por medio de presentaciones de entidades privadas con fines sociales.

¿QUIEN? Análisis audiencia.- Desde que se inicio el programa hace muchos años, el objetivo era cautivar el interés de los niños y de hecho así fue los niños de esa época fueron fieles seguidores del programa y especialmente del personaje, con el pasar del tiempo las generaciones variaron sus gustos y

dejaron de lado este personaje pero quien no ha dejado que desaparezca han sido los niños de aquella época que actualmente son personas adultas, y ellas a su vez tratan de inculcar a sus hijos el interés por este personaje, que exista alguna aceptación por el programa depende de muchos factores, entre ellos que actualmente hay miles de opciones más para ver y más sofisticadas, Tiko-Tiko es un programa que se quedó estancado en una época lejana y que es difícil que en la actualidad genere gusto por el televidente infantil.

¿EFECTOS? Análisis efectos.- En el programa existe un segmento llamado el buzón de **Tiko-Tiko**, en el mismo se da lectura a las cartas que envían los seguidores del programa, lo curioso es que la mayoría de las cartas son de niños entre los 3 a 6 años es decir demasiado pequeños para hacer cartas, es obvio que quien las escribe son sus padres, y con algún dibujo del personaje, también envían cartas de hasta los 11 años pero son muy pocos, en su mayoría de muy corta edad, por otro lado el personaje hace muchas presentaciones en actos públicos o privados donde van los niños junto a sus padres como se había deducido anteriormente los padres son quienes más gusta del personaje y por ello intentan que sus hijos también gusten del programa.

Para **Tiko-Tiko** las teorías de las 5 preguntas tiene una lectura diferente, al hacer un programa de televisión cualquiera fuese su formato, debería tener un mínimo de conocimiento de estas y otras teorías comunicacionales, porque el programa comunica y a un público más complicado como es el niño, pero como ya se comentó de los inicios de Tiko-Tiko el no se adaptó a las teorías,

más bien se trata de adaptar las teorías al programa, de alguna manera se trata de justificar el porqué de cada aporte que como personaje y programa hace a la sociedad infantil, sin embargo aun complicado al análisis de este programa no está muy desconectado de las teorías analizadas, el de las 5 preguntas se ajusta al permitir justificar y cumplir con las respuestas de cada interrogante, pero descifrando y adaptando el programa a la teoría.

4.2.2 Desde la Teoría la Aguja Hipodérmica.

Esta teoría se aplica más para el programa **Aventureros** aunque es auspiciado por una entidad pública también cuenta con la facilidad de por medio de ese factor poder acceder a los diferentes puntos casi inaccesibles de otros medios de comunicación aunque su llegada es por otros medios (copias de programas) no cabe duda que es una ventaja ser un programa de televisión para niños auspiciado por el estado, como dice la teoría son instrumentos de los poderes públicos y privados.

En el caso de **Tiko-Tiko** el programa es auspiciado por una empresa privada que es la televisora por donde es transmitido el programa, aunque el canal no cuenta con señal para ser transmitido para todo el país si cuenta con gran audiencia sin embargo el programa por pertenecer a ese canal ha tenido algunas variaciones en su horario, al inicio no contaba con horario fijo y cada mes cambiaba su hora de transmisión incluso llego a ser relleno de las madrugadas, pero de a poco ha ido asentándose hasta ya contar con un horario que lleva algún tiempo sin ser modificado, incluso ya cuenta con un auspiciante comercial, si el programa no pertenecería al canal ya hubiese sido

sacado del aire, pero aquí es donde se asimilan los dos programas al ser encabezados por entidades el uno público y el otro privada han sido fácilmente manipulados, “instrumentos de los poderes”

La teoría indica que el mayor influente es el gobierno por su inmenso poder de cobertura por medio de la televisión especialmente cuando estos canales son públicos, y más aún cuando estos mismos programas son elaborados o supervisados por el mismo gobierno, es por esto una respuesta clave para determinar el porqué **Aventureros** tiene una mayor cobertura a nivel nacional que **Tiko-Tiko**, por esa razón hay lugares en el país que no sabrán de la existencia de Tiko pero saben de Aventureros, ejemplo de ellos es que en comunidades indígenas de la sierra o amazonia observan el programa en reuniones comunales con la ayuda de un traductor llegan a conocer el resto de ciudades donde Babau a recorrido junto a su programa, así lo afirma Pamela García productora de este programa. Tomando como ejemplo este caso se puede deducir que la aguja hipodérmica es beneficioso dependiendo como se le de uso, en este caso el poder informar o conocer el país por medio de un programa infantil, ayudado a sociabilizar más a comunidades que desconocían las bellezas del país y muy aparte de eso, los mismos niños a los que va dirigido el programa pueden conocer la diversa gama de etnias que existen en el Ecuador.

Hay que rescatar que más que un programa de entretenimiento y diversión el programa también lleva en sus recorridos por todo el país los derechos y obligaciones de los niños, eso ayudado (según su director) a que los niños se

expresen cada vez con mayor fuerza y exijan que sus derechos sean respetados.

4.2.3 Desde la Teoría del Estructuralismo.

El sistema estructuralista manifiesta códigos de recepción de contenidos para los espectadores, tanto para **Aventureros** como para **Tiko-Tiko** sus seguidores muy independientemente de la edad que tengan (en su mayoría entre 5 a 10 años) aceptan este tipo de manifestaciones con mensaje y tal es así que influyen principalmente en el caso de canciones que vienen hacer mensajes enviados por otro tipo de mensajes como es el melódico.

Tiko-Tiko: Es un personaje que utiliza un lenguaje con diminutivos (amiguitos, casita, sopita, etc.) y los utiliza con la finalidad que sea entendible sus recomendaciones (hagan todas sus tareas y hagan siempre caso a mamá) pero esto va acompañado de una serie de señales de expresión corporal que pasa de una recomendación a una orden, Tiko-Tiko cada vez que se refiere a un niño sierra su mano excepto el dedo índice, es decir el dedo juzgador el que normalmente se lo identifica para culpar, acusar u ordenar como se conoce en el mundo teatral.

Al no considerarse un payaso este personaje expresa firmeza y limitación en todo su cuerpo al presentarse ante su público esa verticalidad genera un liderazgo y dominio al mismo tiempo, si su vestimenta jugara con una ilimitación corporal, donde dar una igualdad con su público haría que este personaje fuese otro completamente distinto tal cual lo hacen los mismos

payasos, cuando canta mantiene una misma posición vertical, el rostro que sin mucho esfuerzo mantendrá una sonrisa pre-anunciada porque su maquillaje ya anticipa una alegría literalmente dibujada en su rostro.

Si los padres de familia de la actualidad que alguna vez fueron pequeños seguidores de Tiko-Tiko vivieron en una etapa donde la obediencia era parte fundamental de las reglas de una familia, es esa misma expresión que en ese tiempo hizo que el dominio a esos niños llegara a dar resultado en la actualidad porque era una manera bastante sutil de hacer caso en cada hogar, oír recomendaciones a este personaje era tanto como escucharlas a un adulto o su padre, el poder de su palabra junto a su manera de expresar han sido la fórmula para el dominio hacia el público infantil, tomando en cuenta que él no se considera un payaso y que de profesión es un aviador, el resultado es un militar camuflado bajo un rostro pintado de colores.

Aventureros: Para Babau y sus co-animadores haya algo diferente y es que el rostro televisivo es un títere de lo cual la expresión corporal es nula, aunque Babau que es el que interactúa con sus entrevistados no tiene limitaciones en sus aventuras a sabido transmitir esa igualdad con todos y a demostrado que a pesar de ser un muñeco a podido hacer cosas como entrar a bañarse a un río hasta ponerse un traje de alguna etnia, es decir su libertad es su manera de expresar tranquilidad, liberación, independencia, etc., y eso a sido bien aceptado porque el mensaje llega, el tipo de información que transmite a sido enviado por medio de sus acciones, canciones y orales que han visto en sus televidentes bien aceptados.

Sus canciones son letras y música que son reforzadas con dramatizados visuales, donde se exagera en sus acciones como parte del espacio de humor y sabiendo que el público al que van dirigido es infantil, su mensaje es más simple y claramente graficado para un claro entendimiento.

Su rostro de colores vivos según su productora Pamela García tiene como objetivo asimilar al personaje como un muñeco didáctico ya que el niño no lleva una secuencia lógica en su crecimiento cuando le piden pintar un dibujo lo llena de colores sin regla alguna porque todos los colores los quiere utilizar de la misma manera es el personaje lleno de colores variados de igual manera al personaje se le caen las orejas cada que hace un esfuerzo demasiado exagerado esa hace referencia a la imperfección del personaje y el mensaje que transmite con esto es que nada es perfecto que a pesar de ser un muñeco tiene falencias como lo tiene los seres humanos, que lo ha podido asimilar y vivir con ese defecto sin ningún problema cuando crearon al personaje lo hicieron con ese propósito, de que los niños que tengan algún tipo de cualidad física lo sepan llevar y asumir sin ningún problema.

4.2.4 Desde la Teoría de la Acción Comunicativa.

Mundo objetivo: Como totalidad de las entidades sobre las que son posibles enunciados verdaderos.

La relación específica de los programas analizados parte del público a donde se quiere o intenta llegar, los dos programas tienen como objetivo llegar a cautivar al público infantil:

- **Tiko-Tiko:** Conservar de una u otra manera al público infantil es una manera de mantenerse vivo aun luego de mucho tiempo, sin embargo su realidad es que se mantiene por iniciativa de sus auspiciantes que han hecho posible tener dentro de su parrilla de programación una alternativa diferente y como se caracteriza su canal, programación local y considerado de alguna manera “educativo” eso hace que de cierta manera cumpla con los ofrecimientos que le rinda ese canal a sus televidentes, porque el programa se caracteriza por ofrecer diversión a los niños pero no cuenta con niños presentes en su programa su mundo objetivo no se cumple con certeza.
- **Aventureros:** Su mundo objetivo también es dar entretenimiento a los niños pero con otro tipo de estilo buscar por medio del turismo alternativas para enseñar a su público las maravillas del país, dentro de sus recorridos encuentra niños de diferentes etnias o provincias donde las costumbres a pesar de estar dentro del país varían, eso se quiere dar a conocer, el programa no cuenta con la participación de infantes en el programa es porque el estilo del mismo no da para eso, en sus aventuras **Babau** encuentra muchos niños y los hace parte esencial del programa interactuando, son a ellos que va dirigido el programa y son ellos parte del programa más aun cuando el programa se caracteriza por resaltar los derechos y obligaciones que tienen los niños y niñas.

Mundo social: Como totalidad de las relaciones interpersonales legítimamente reguladas.

- **Tiko- Tiko:** Dentro del show su margen de programación es limitado donde una parte está dedicado a canciones y la otra a variados segmentos que solo cumplen con llenar la media hora de programa, como ya se señalo no cuenta con niños como parte del público sin embargo fuera del programa sociabiliza como personaje haciendo presentaciones para entidades privadas o algunas veces públicas que cuentan en su mayoría con niños que van acompañados con sus padres, aparte sus presentaciones como animador de fiestas infantiles es la manera más cercana que tiene para estar con el público al que va dirigido, su mundo social está fuera de lo que realmente debería demostrar por medio de su programa pero mantiene lleno de cartas que le envían sus seguidores parte indirecta de catalogar su mundo social.
- **Aventureros:** Es un programa que se caracteriza por resaltar su mundo social siempre contara con la presencia de público en sus aventuras ya sean estos adultos o niños, y lo hace porque son parte fundamental del perfil del programa junto a sus invitados llega a descubrir muchas inquietudes que le sirve para dar información por medio de un lenguaje sencillo para sus espectadores infantiles, Babau no se caracteriza por hacer actos ni presentaciones infantiles porque su auspiciador es una entidad pública, a pesar de eso les hacen llegar cartas se sugerencias, comentarios o felicitaciones, aunque el programa no tiene por costumbre leer cartas ni promocionarlas por medio de esas mismas cartas intentan variar o complacer a sus peticiones, es decir que por si ellos llevan un mundo social directo.

Mundo subjetivo: Como totalidad de las propias vivencias a las que cada cual tiene un acceso privilegiado y que el hablante puede manifestar verazmente ante un público.

- **Tiko-Tiko:** El programa es el resultado de los años que lleva al aire con algunas variaciones y desapariciones durante algún tiempo entre idas y venidas se ha mantenido ahora luego de una larga trayectoria, ha sido considerado como un perfil apto para hacer proyectos educativos con respaldos de empresas privadas se están haciendo actividades donde cuenten con la guía de este personaje, se podrá tener un contacto más directo con el público infantil, este proceso y estas actividades no serán televisadas dentro de su programa pero no deja de ser subjetivo el resultado que luego de 3 décadas llegue a un sitio así.
- **Aventureros:** Pasa algo diferente su periodo en el aire es corto a diferencia del otro programa analizado, sin embargo en lugares más inhóspitos del país es considerado un ícono para los niños, que para el programa es un logro obtenido ya que es a ese rincón del país a donde les interesa ser reconocidos, pero su mundo subjetivo es resaltado por la manera en que los padres de familia que han seguido de cerca al programa ven oportuno que sus hijos vean a un personaje con esa línea educativa, por otra parte están los profesores de comunidades o escuelas públicas que se interesan por obtener copias de los programas para poder contar como materia de clase, es decir iniciaron con la idea de entretener solo a niños pero con el pasar del tiempo ese target se elevó de programa infantil a programa familiar.

El hablante y el oyente se entienden desde y a partir del mundo de la vida que les es común, (porque esta simbólicamente estructurado) sobre algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo. De manera que, entender un acto de habla, significa, para el oyente, saber qué lo hace aceptable. De esta manera, la acción comunicativa se basa en el **consenso simbólico**. La verdad, la rectitud y la veracidad, respectivamente, son los criterios de verdad. El mundo de la vida es el lugar trascendental en que el hablante y el oyente se salen al encuentro planteándose esas pretensiones de validez; es el horizonte de convicciones comunes a problemáticas en el que se da la acción comunicativa.

4.2.5 Desde la Teoría Psicomotricidad infantil.

El interés de un niño por alcanzar, mirar, escuchar, algo diferente que le llame la atención ejerce una combinación entre descubrir y conocer, es así que si los programas de televisión escogidos no contaran con color y música diferente fuera indiferente para los niños las tonalidades de sus canciones que vienen reforzadas con este tipo de elementos visuales (animaciones en el caso de **Tiko-Tiko**) o de (niños en el caso de **Aventureros**)

- **Tiko-Tiko:** Partiendo de que en el caso su público infantil es de hace 30 años con otro tipo de receptores infantiles, el niño era más susceptible a recibir todo lo colorido y dinámico, no había muchas opciones para ver ahora el niño cuenta con incalculable opciones al que puede acceder, además está la evolución mundial de programas de televisión, donde el

programa quedo estancado con generaciones pasadas, y sin duda esa generaci3n es la que actualmente mantiene vivo al personaje.

- **Aventureros:** Hay algo similar a pesar de ser un programa de poco tiempo de creaci3n al escoger un animador que es com3n por su antigüedad (títere) pero la variaci3n a este con mucha variedad de colores da un adicional llamativo al ni1o para que se interese por el personaje.

4.2.6 Desde los estereotipos

Los estereotipos sirven para generar identidad al interior de grupos sociales. Como mecanismo de dominio, se aplican a grupos que luchan por el poder pol3tico del que carecen: mujeres, negros, homosexuales, ind3genas, discapacitados, ni1os, adultos mayores, etc. Amossy R. y Anne H (2005:38)

En los dos programas escogidos, los estereotipos marcan una imagen indirecta de un "icono representativo infantil". Las im3genes de un "payaso" y un "títere" son f3cilmente identificables con un ni1o. Son personajes llenos de colores y adornos irreales, son imperfectos, son divertidos y el ni1o los reconoce como perteneciente a su grupo, el de los "indefensos". Pero, por su parte, quienes producen esos personajes los manejan con objetivos diferentes.

Los objetivos de un programa de televisi3n deber3an ser: Entretener, Divertir y Educar. **Tiko-Tiko** entretiene y hasta cierto punto divierte al p3blico infantil, pero nunca trata temas de valor social infantil, Por lo tanto, desarrolla dos de los tres objetivos mencionados. A pesar de tener un espacio reducido en uno de sus segmentos (c3mara viajera) que lleva a conocer m3s del pa3s, esto lo resume en breves rasgos y no lo profundiza, aunque ello debe de dejar algunas

dudas en sus pequeños televidentes. Sus pegajosas canciones no pasan de relatar historietas de fantasía, carecen de mensajes ilustrativos. La imagen externa y superficial del payaso se relaciona con la diversión y el entretenimiento, pero no llega a convertirse en un protector de derechos de los niños. Sus consejos no pasan de recordar que es bueno “comer la sopa” o “hacer caso a mamá”. Los concursos se reducen a que los niños corran, muevan cosas y reciban un premio si lo hacen bien.

Aventureros rompe con la idea del títere como un personaje estático, que cuenta historias desde tras de un panel, o biombo. El personaje Babau recorre el país, trasladando vivencias de los lugares que conoció. Las canciones que son compuestas por los realizadores del programa y dan mensajes reflexivos para su audiencia. Cada episodio trata temas del entorno social, que también son ejemplificados por los demás personajes (el Árbol, el Gusano y la Abejita), en breves situaciones paralelas a las aventuras de personaje principal (Babau). Hay un énfasis espacial en dar a conocer los derechos del niño.

Los personajes y el programa, en sí, son estereotipos de “defensa”. Su principal objetivo es el mensaje que envía hacia sus receptores, difundir y los derechos de los grupos subalternos, en este caso los niños.

Para crear un estereotipo se deben de tomar en cuenta las siguientes características:

- Identificación de una condición social.
- Evaluación de tal condición social con elementos de discriminación.
- Formulación de esta evaluación como característica innata del grupo.

- Presentación de esta evaluación negativa como la causa de la condición social, en lugar de identificarla como un el efecto de la misma.

Estos cuatro puntos se incorporan en la construcción de los personajes infantiles analizados, por eso son más que simples personajes. El estereotipo, cuando es un icono representador de minorías en desventaja, debe contar con cualidades que identifiquen a ese grupo. Los dos personajes analizados no fueron creados desde una identificación consiente de este proceso, pero de igual manera materializan los cuatro pasos descritos. Amossy R. y Anne H (2005:47)

4.3. Análisis de los niños como receptores desde las perspectivas de la Teoría de Jean Piaget.

4.3.1 Pruebas estandarizadas que siguen la tradición de la Teoría del desarrollo cognitivo de Jean Piaget.

Desarrollo psicológico del niño de 4 a 5 años.

Muestra mayor autonomía, tanto a nivel motriz como afectivo, comienza a tararear lo que escucha y por ese aspecto el programa de **Tiko-Tiko** encaja en esta edad por las canciones con melodías tan sensibles que ayuda a captar la atención del niño, si a esa canción le agregamos una variedad de elementos visuales llenos de color y movimientos animados llegamos a captar una mayor atención, su etapa de aprendizaje apenas comienza a diferenciar tonalidades de colores aun sin saber qué color es, y las animaciones le llaman la atención.

Va perfeccionando su habilidad manual, para eso el programa de Tiko-Tiko ayuda a esa etapa en el segmento de “maniatas creativas” ayuda al niño a elaborar sus propios dibujos y el niño ya intenta rayar con una pintura encima de alguna hoja lo que vio en el programa, es decir que en algo beneficia el programa al aprendizaje de la edad del niño.

Para **Aventureros** a esta edad es menos aceptable el programa para los niños, si bien es cierto miran un títere de colores que llega a captar la atención de los niños los elementos que lo rodean no dejan de ser comunes, su fondo de plano siguen siendo objetos ya aceptados en la psicomotricidad del niño, no hay nada excepto sus personajes de nuevo para el infante, en sus videos musicales pasa algo similar el programa no utiliza animaciones y ocupa personas comunes aunque con algo de jocosidad que llama la atención aunque no en su totalidad para esta edad, hay que tomar en cuenta que a esta edad muchos de los niños ya han ingresado a alguna guardería o pre-kínder su etapa va direccionada a aprender, conocer, y copiar lo que observa.

A esta edad el niño necesita ser tomado en cuenta es por eso que su anhelo por integrarse en la sociedad es desesperante es ahí cuando Tiko-Tiko es considerado para él, un programa que le llama la atención, su música impulsa a bailar, aunque el niño no lo hace a la perfección, salta que es parte de los bailes de **Tiko** y ya diferencia sus gusto preferencial, ya sabrá que canción la escuchara y bailara con mas animo que otras.

Desarrollo psicológico del niño de 5 a 6 años.

El niño expresará en sus dibujos lo que se conoce como "realismo intelectual", es decir, lo que dibuja no es la realidad (objetivamente hablando), sino los objetos tal y como son para él (lo que él sabe de ese objeto). Así observaremos transparencias entre un objeto y otro, desproporciones, falta de planos, cuando en el programa de **Tiko-Tiko** se mira el segmento "el buzón de Tiko-Tiko" se puede nota que en muchas de las cartas que le envían son niños de cinco años tratando de dibujarlo al personaje, aquí se aplica esta edad y la intención de hacer notar su capacidad por integrarse al mundo del adulto, este programa es más accesible para niños de esta edad porque el objetivo del mismo es enseñar por medio de la enseñanza ya sea por medio de las canciones o en sus manualidades, y de paso ayuda al un mínimo aprendizaje en el segmento "adivina" siempre hace preguntas como ¿amiguito en que caja esta la manzana en la de color rojo o la de color amarillo?...y así con figuras geométricas, objetos, pero siempre resalta el color de la caja cuando la nombra, otro ejemplo claro de la enseñanza es el segmento "sabias que" en donde da una esa introducción ¿sabías qué..? Y la información de algún tema, el nacimiento de artistas (músico, pintor), o la capital de países, ciudades del Ecuador, etc., cosas tan básicas con información tan precisa que pueden ser captadas fácilmente por el niño, este estereotipo es común por representar al que carece de información en este caso el niño poco sabe y se siente representado por quien le da la información que necesita, es decir el niño a esta edad se escuda y pretende respaldarse en el personaje.

Para **Aventureros** aun tiene una corta distancia con niños de esta edad si bien su personaje se dedica a aventurar y por medio de esa actividad enseña lo

hace como parte de su aventura más no por enseñar a los niños hacer cosas manuales, El niño expresará con sus dibujos lo que no puede expresar de otro modo. Lo que si entra en atracción para el niño es sus canciones por medio de videos musicales, aunque no ocupa caricaturas ni animaciones si logra hacer comicidad en sus videos con personajes en situaciones graciosas, Ej. El video en contra de los coyotos, el personaje que hace el papel de raptor de niños es bastante gracioso en su forma de vestir, correr, y por gestos, al final es golpeado por todos los niños de una forma bastante cómica. Sin duda ese tipo de situaciones llama la atención de alguna manera al espectador, más que todo porque el programa de aventureros dentro de sus objetivos es defender los derechos de los niños.

Le gustan mucho los cuentos, pues aunque aún no sabe leer pasa largos ratos mirando los dibujos, este tipo de interés capta la atención del programa de **Tiko-Tiko** todo su programa está lleno de caricaturas, comenzando que al inicio del programa entra a un mundo mágico donde el llega en una nave espacial y por medio de rayos es deslizado desde su nave hasta llegar a la ciudad mágica del programa, motivo por el cual el niño de esta edad puede tener captación por el programa.

Desarrollo psicológico del niño de 6 a 7 años.

Hay nuevos progresos motrices: en su juego hay un gran derroche físico. Se distrae fácilmente: su impulsividad le hace no percibir los peligros, esta etapa da respuestas a ciertas coincidencias entre los dos programas aunque no son programas concursos de alguna manera enseñan agilidad física como

el saltar, ese es un característico elemental de **Tiko-Tiko** en sus canciones salta algunas veces, en el caso de **Aventureros** el personaje no lo hace pero en sus videos musicales se ve mucha agilidad de los niños que aparecen en ellos.

Esta edad es ideal para el interés por el programa **Aventureros**, entra a una etapa donde cumple un itinerario de horas donde se levanta antes de las 6 am., para ir a la escuela como inicio ya lleva un ritmo donde su mente ya se acostumbra a despertarse a esa hora y este programa inicia muy temprano, lo ideal es que al levantarse encienda la televisión y encuentre el programa, es una edad donde se interesan en los cuentos el programa cumple con esos intereses, cada capítulo para aventureros es una nueva historia que dentro de una lectura narrativa visual expresado en términos cinematográficos, cuenta con los elementos básicos para una historia, título, personajes, (protagonista: Babau, antagonista; Abejita) narración visual es decir, inicio, punto de giro, desarrollo, (situaciones paralelas), clímax y desenlace, lo necesario para captar la atención del infante espectador, el ritmo que juega el programa es importante y tiene mucho que ver para no dejar de captar la atención del niño.

El espectador de **Tiko-Tiko** ahora cuenta con otro programa por quien de cierta manera equilibra su interés y atención si antes le llamaba la atención lo mágico del programa de **Tiko-Tiko** por todo su formato animado, esta teoría habla de que a esta edad su interés por cuentos le llama la atención y aventureros cuenta con esas exigencias, hay que recalcar que Tiko lleva un formato de programa netamente entretenido con alguna intención de ilustrar y dar consejos

y todo lo hace en el mismo sitio aun teniendo la oportunidad de que por medio de las ilustraciones que hace variar el fondo de su escenografía virtual, pero el formato de aventureros es más llamativo por la diversidad de sitios a donde llega, las personas que visita, y las cosas que hace, sin embargo deduciendo y siguiendo esta teoría esta edad es compartida por estos dos programas.

Desarrollo psicológico del niños de 7 a 8 años.

Tomando en consideración las características de esta edad y sobre todo la teoría es indispensable citar que habido un cierto cambio de interés en los programas, el payaso de **Tiko-Tiko** es simplemente eso un personaje con la cara pintada de blanco que no da nada de nuevo si el espectador lo ha visto por años pasados esta edad esta es la expectativa de que lo sorprendan con algo diferente, el adivinar la fruta o la figura geométrica ya no es nuevo ya lo aprendió en la escuela que cursa además de ciudades, países, y notas curiosas que ya no es nuevo, está ansioso de aprender algo diferente y esto se convierte en una auto-exigencia, está convencido que el personaje de Tiko-Tiko es un ser muy adulto que no le brinda cosa nuevas ya que desde su espacio de animación es el mismo, seguido por sus canciones que a lo mejor se las aprendió de memoria, es decir la impresión por todo la mágico y espectacular que era verlo aterrizar de una nave espacial perdió interés porque pudo haber visto cosas mucho más impactantes, sin contar que es una edad donde se entretiene y domina los juegos de video con los que experimentara destrezas más impactantes que las que veía con **Tiko-Tiko**.

Para **Aventureros** es algo diferente sus aventuras y conocimientos del país donde viven, se siguen interesando porque aventura nueva y donde será el cito que se perdió esta vez Babau, por lo general según Pamela García todo lo natural es lo que más llama la atención porque de alguna manera es salir de la ciudad, de lo que se está acostumbrado ver, las culturas indígenas son otro interés y como el país cuenta con una variedad de etnias eso lo hace más atractivo para el espectador, y si a eso le asociamos la teoría de Piaget que señala que esta edad le interesa más información, cuentos, naturaleza, etc., la descripción de esta edad y su interés hace que el programa cuente con los requisitos para llamar la atención del niño, hay que resaltar que la productora de **aventureros** que es Pamela García es psicóloga infantil, y afirma que su target (o público objetivo) es desde los 7 hasta los 10 años es decir los niños de primaria. Aunque a los 7 años el niño ya sabe que el personaje es un títere se siente identificado porque lo siente como su representante por la sencilla razón que el niño en su lugar preguntaría lo mismo que pregunta Babau a sus entrevistados, además que el personaje sale con ocurrencias que hacen entretenido su aventura, es un claro ejemplo de estereotipo de representación y protección.

Desarrollo psicológico del niño de 8 a 9 años.

En esta edad prácticamente hay una ruptura de interés casi por completo por el niño de esta edad por el programa de **Tiko-Tiko** desde que lo vio hasta la actualidad ha visto lo mismo, información, magia, adivinanzas, canciones, etc., su entorno le ha dado la oportunidad para llenarse de

información extra y la misma la ha conseguido por medio de otras opciones televisivas además del Internet donde por medio de sus obligaciones escolares ha descubierto cosas más interesantes que lo que le ofrece el personaje y el programa en general, ya no se siente representado por el personaje y las cosas que hacía si es verdad que los consejos al finalizar cada programa (...no se olviden de hacer caso a su mamita y coman toda su comida...) eran aceptadas en su psicomotricidad de tres a cuatro años atrás pero ahora que lleva una vida con obligaciones y deberes ya no lo encuentra ilustrativo, en definitiva perdió el interés por el programa, no así sus canciones que cuando las escucho fue en una edad donde su sistema psicomotriz parecía un imán porque las cosas menos irrelevantes se le quedaban grabadas y donde las escuche años después, su sistema motriz accionara su caja de recuerdos, y su gusto por esas canciones aunque no tan impactantes como antes tendrá una reacción corporal involuntaria.

Todo indicaría que el campo queda libre para que **Aventureros** capte toda la atención, pero aunque la teoría afirma que a esta edad existe un alto nivel por el interés hacia la naturaleza, el programa cuenta con eso, además que los temas para el niño son interesantes y los llegará a aprender para que su perfil (concepto de la "relatividad") lo lleve como para saber algo más que el resto de sus compañeros, característico de su edad, sin embargo su etapa y desenfreno por aprender hace que se llene de información extra entre ella la positiva y la negativa, pero sin lugar a duda esta etapa de aprendizaje con el programa lo comparte con otros programas de otros países que igual o diferente género son atractivos, de igual manera el Internet, que es y será competencia para

cualquier programa, pero por cuestión de horario no es una competencia directa, además sigue siendo un estereotipo defensor para el niño el programa resalta mucho los derechos de los niños, y ese plus adicional muy pocos programas lo dan, entonces el niño se siente defendido y guiado por alguna forma con el programa y más aun con su personaje, además que la variedad de personalidades que encuentra el espectador en el programa son interesantes, por un lado hay un personaje que pregunta lo que ellos alguna vez quisiera hacerlo, y por otro lado hay un situación entre una abeja y un gusano donde las situaciones puede ser identificadas, es decir algo parecido pueden pasar con sus amigos de la escuela o con algún hermano.

Desarrollo psicológico del niño de 9 a 10 años.

En esta edad es casi imposible que el niño se interese por **Tiko-Tiko** es una etapa donde sus accesibilidades tienen otros objetivos el deporte, un sistema de aprendizaje más complejo, no simple como el que le brinda el programa, además que a esta edad ya el personaje les parece completamente antiguo y pasado de moda, ridículo, y completamente aburrido.

Para **Aventureros** hay todavía una mínima fidelidad al programa, pero si hay algo que lo motiva a verlo es la facilidad de horario que tiene, caso contrario no sería una prioridad para el niño verlo un día como el sábado cuando su nivel interactivo y acelerado tiene otras prioridades el deporte por ejemplo, su recepción visual es mayor pero de lo nuevo, no de lo que ya ha visto, si es verdad que cada capítulo es nuevo y el personaje visitara diferentes lugares, el título del tema a tratar será diferente no llega a captar por totalidad su interés,

resaltando los motivos anteriores ya explicados se agrega también que su motricidad está en una etapa bastante especial, quiere dar forma a su carácter y explotar toda esa energía que tiene, la inquietud incentiva a agruparse con amigos y charlar de cosas totalmente diferentes que las que se ha aprendido en el programa, entre ellos las mil maneras de molestar a las niñas de su escuela.

Esta teoría ha llevado a conocer la formación de los niños por sus edades además identificar a los programas, sus cualidades y por donde pueden contar con elementos para interés de los niños dependiendo de su Psicomotricidad. Pero entre los dos programas las definiciones están muy bien marcadas, **Tiko-Tiko** es un programa que sirve para una corta edad antes de las obligaciones escolares, es decir ayuda a la madre a entretener al niño mientras ella hace sus oficios. Hasta una entrada a edad donde ya se da cuenta y quiere algo más de información, el estereotipo es claro un payaso, y cualquiera que este sea, cante o haga cosas que entretengan serán entretenidas para un niño, quien decide eso es la madre el programa es llamativo para la madre porque no lo ve agresivo, y claro que no lo es, sin embargo ese impulso que tiene el espectador por su madre es de alguna manera decisivo a la hora de entretener al niño, el creador de este personaje Ernesto Huertas sin una visión clara de a donde quería llegar ha mantenido un programa que llego a una generación diferente a la actual y sin duda no la ha perdido porque es esa misma generación que lo sintoniza y hace que sus hijos también lo intenten seguir.

Para **Aventureros** su pasa algo diferente su creación está basada en un concepto más detallado, su productora es psicóloga infantil, su director ha trabajado con títeres para niños durante muchos años, y por ende cuentan con una base de conocimiento en necesidades de los niños, su grupo objetivo al que se dirigen es claro y coinciden con la teoría de Piaget, las características por edades son relacionadas con el programa aunque los niños entre 7 a 10 (que es el grupo objetivo de aventureros) no serán incondicionales durante esta etapa, va a depender mucho la etapa psicomotriz por la que estén atravesando y el programa cuenta con una variedad de cualidades que llaman la atención de los niños, naturaleza, temas variados, mensajes, aventuras, hacer conocer sus derechos, canciones con enseñanzas, etc. Hay que destacar que el proceso de aventureros es corto pero con mayor investigación no es suficiente para el niño de la actualidad pero de laguna manera trata de cubrir sus necesidades, esta perfilado para ese aspecto, las generaciones actuales y la misma tecnología hace que se vea truncado o limitado de alguna manera la intención de aventureros y llegar abrumadoramente a todos los sectores, pero a los que llega deja un excelente precedente, según sus realizadores.

4.4 Informe de Conclusiones finales del análisis comunicacional de los programas infantiles.

Después de los análisis llevados a cabo anteriormente se destaca como primer punto que el programa que inició Ernesto Huertas (Tiko-Tiko), fue el contar con un público sano y no muy exigente, además que en ese tiempo no existía un programa infantil similar.

De alguna manera, se lo podría catalogar en términos televisivos como un público puro y limpio, interesado en aprender y disfrutar. Como Ernesto (Tiko) manifiesta, la creación de su personaje nació de un momento a otro y de manera involuntaria, más por una coincidencia y por hacerle el favor a un amigo. Por todo esto, lo describo como un personaje empírico.

Aventureros responde a una necesidad colectiva, dar a conocer a los niños – que son el público objetivo- sus derechos y obligaciones. Para conseguirlo se da inicio a la creación de un programa infantil, basado en la investigación del público infantil, que concluye señalando existe una carencia de espacios televisivos dirigidos a los niños.

Entonces una entidad pública y la productora Oreja de Pez co-producen el programa. Por lo tanto, la creación de sus personajes está basada también en un estudio de mercado, haciendo referencia a quienes serían los protagonistas indicados de entregar diversión, información y entretenimiento.

La incursión de Memo Segarra en el mundo de las artes plásticas, desde hace varios años, fue un punto determinante para la creación, estabilidad, y permanencia del programa. En sus inicios, el público al que se dirigían iba desde los 7 años, pero al pasar el tiempo se han ido uniendo padres de familia, profesores de las escuelas y, en general, público adulto. Es decir, que lo que comenzó como un público objetivo se fue ampliando hasta llegar a un punto que nunca pensaron. La competencia televisiva en la actualidad hace mucho más meritorio que el programa se mantenga, ya que su principal competencia son programas importados, que cuentan con un gran refuerzo tecnológico.

4.4.1 Conclusiones en el manejo de los estereotipos en programas infantiles.

La creación de personajes para los programas infantiles, exige analizar los factores que rodean la construcción de un personaje. Al respecto, cada programa defiende su creación.

Tiko-Tiko.- Por salir al aire con el rostro pintado y una vestimenta llena de luces y colores, se lo podría catalogar como un payaso, pero para Tiko la idea de formar este personaje fue más allá.



“...Yo no me considero un payaso, yo respeto mucho a los payasos pero yo no lo soy, el payaso tiene su vestimenta diferente, zapatos, ropa, incluso voz, pero lo mío es un personaje...” (Fragmento de entrevista a Tiko-Tiko, 09/08/08)

Para el público era costumbre identificar a un payaso por el rostro pintado y el traje lleno de colores, pero el hecho de que la vestimenta de Tiko-Tiko sea formal, por así decirlo, incorpora ciertos aspectos que Ernesto defiende de su personaje. Aunque lleva la cara pintada, no exagera con ningún elemento fuera del entorno. Por ejemplo, no utiliza accesorios como pestañas largas o peluca.

Si bien este personaje nace por coincidencia, la formalidad en el vestuario de Tiko-Tiko es significativa. El haber sido ser actor y cantante, sin experiencia animando niños, marca su límite para hacer el papel de payaso. Se mantiene a una distancia que nunca superó, *“no es el personaje al que le gusta hacer la típica payasada”* (Ernesto Huertas) para lo cual debería re-elaborar un personaje, un estilo, un lenguaje, etc.

PERSONAJE “VERTICAL”

Como analicé en el “juego de estereotipos” el empleo de términos para calificar a una persona, puede ser positivo o negativo dependiendo de su utilización. En este caso, se califica a un personaje de televisión, animador de un programa infantil que se presenta con la cara pintada y el traje colorido. Desde el punto de vista de receptor, hay un significado positivo, porque para el público Tiko-Tiko es un payaso, pero para el mismo personaje el término *“payaso”* constituye un estereotipo negativo, porque no se auto-califica como tal. Es decir, para un mismo concepto se pueden desarrollar las dos naturalezas en un mismo estereotipo, dependiendo de quién lo califique.

Basado en los argumentos que muestra el capítulo de estereotipos, baso mi deducción a catalogar a este personaje como *“estereotipo vertical”*. Su manera de animar desde un solo marco de estructura, genera una línea que lo ubica a él como emisor hacia un receptor definido. Su manera de manejar al público, en este caso los niños, es muy directa y muy radical. Los guía dándoles pautas y, al mismo tiempo, les pone barreras. Es decir, les dice que hacer y si lo hacen

bien serán premiados; esto limita al niño, porque no va más allá de lo permitido, aunque pueda hacer muchas más cosas de las que se le pide. Pero ese mecanismo surgió desde los inicios de Tiko-Tiko cuando, como se analizó anteriormente, su público era más puro y no le interesaba ir más allá de lo que le pedían los animadores.

Su mirada es otro aspecto importante en el manejo de su programa. Siempre mira a los niños desde arriba hacia abajo. Físicamente esto es considerado como normal, (por la diferencia de estatura) pero en términos de estereotipos es la imagen de “superior”. El hecho es reforzado porque todos estén sentados, en un margen de encierro atmosférico y solo pueden levantarse cuando tengan que participar. Todo esto es generado por su la ubicación de la emisión, donde sus movimiento tienen límites reforzados por el mismo lugar de trabajo, las mismas luces, las mismas canciones, el mismo traje, etc.

Su voz, al ser natural y no ser trabajada, (estereotipada) genera una intensidad subliminal de orden y dominio hacia su público, con el fin de mantener el mando de su espacio. Esto surgió desde el inicio mismo de este personaje, casi sin trabajo, pues tampoco ha tenido la intención de modificarlo o no le interesa hacerlo, ya que así fue aceptado.

La vestimenta no aleja a Tiko-Tiko de Ernesto Huertas en su vida cotidiana, su rectitud, mirada, voz, y vestimenta son similares, no existe trajes anchos, ni zapatos grandes, tampoco maquillaje forzado ni exagerado, su mayor virtud es

cubrir su rostro de blanco con algunos adornos, sus trajes son adornados con lentejuelas brillantes igual que su sombrero, tal cual utilizaban en los años setenta la mayoría de artistas. Es decir, es una mezcla de estancamiento en el tiempo con formalidad; así nació y así se quedó.

Este manejo “vertical” de su personaje con el público infantil tiene relación directa con su vida fuera de cámaras. Aunque Ernesto siempre quiso ser un artista y actor, otra de sus aficiones es la aviación, Ernesto es aviador profesional y eso da respuesta a muchas interrogantes acerca de este curioso personaje que se limitó a existir dentro de su entorno y no le interesa superar ese espacio. La mezcla entre artista y aviador da como resultado un animador encerrado en su propio mando.

Si bien es cierto, este programa se orienta a enseñar, esto también es uno de sus limitantes. El público infantil se caracteriza por tener muchas preguntas y cuenta con algunas respuestas, dentro de su conocimiento puede explorar y dar respuesta por más ilógicas que sean éstas. Ej. Si Tiko-Tiko en su segmento “Viajeros” explica sobre alguna ciudad o monumento histórico, lo relata en 20 segundos, sin dar oportunidad a que el niño pregunte sobre más información, ya que el relato es más concreto y deja dudas.

Aventureros.- La caracterización de un muñeco de cualquier tipo de material con movimiento y que tenga voz, será denominado títere. El manejo de un títere no es sencillo, se necesita de dos personas para darle movilidad. En el

caso de Aventureros, esta caracterización va más allá de una simple animación, utiliza su audiencia para hacer conciencia en los niños y darles a conocer sus derechos y obligaciones, ayudarles a desarrollar su conocimiento.

Los cuatro personajes del programa cumplen roles distintos, pero que encierran un mismo objetivo que es ejemplarizar los errores cometidos en la vida cotidiana y corregirlos.

“...Babau tiene el mismo interés de preguntar desde un niño hasta el Presidente de la república. Los errores son corregidos por el árbol, que es quien lo guía, en cambio el gusanito y la abejita son como hermanos y, claro, cada uno con errores y virtudes diferentes...” (Fragmento de entrevista a Memo Segarra, 30/12/08)

La creación, caracterización, y animación de todos estos personajes es el resultado de una investigación previa, que buscó crear una comunidad que se identifique de alguna manera con su público, en este caso los niños. La fusión de estos elementos da como resultado personajes llenos de inocencia y compañerismo.

PERSONAJE “HORIZONTAL”

En el caso de Aventureros, sus creadores mantienen una línea muy frágil entre emisor y receptor. Ésta es fácil de romper, inicia y termina en un círculo sin fin, es decir, no cuenta con barreras, su público es llamado a tener libertad de pensamiento.

Por su naturaleza de títeres, sus personajes son en sí mismos estereotipos positivos. Así los definen tanto sus seguidores como sus realizadores y su mensaje es receptado con agrado por los televidentes.

Cuando Babau sale en busca de aventuras por distintos lugares del Ecuador, se encuentra con mucha gente y, al preguntarles cosas, se ubica en el mismo nivel, ya sean estos niños o adultos. Se comunica con mirada horizontal hacia el receptor, eso da significado a la postura del personaje y estimula la libertad del receptor para responder sin sentir un limitante, por esa actitud opte por determinar a este personaje como “horizontal” ya que su relación por igual con sus entrevistados lo ejerce a un mismo nivel, brindando plena confianza para tener la libertad de abrir más campo a esa relación.

La misma igualdad la tiene con su televidente, nunca pone barreras ante nada, más bien invita al público a la igualdad, esto llevado por su constante campaña de derechos de los niños, sobre todo los niños trabajadores que por su misma condición tiene que cumplir órdenes, aventureros invita a exigir sus derechos y tener una igualdad de género y condiciones sociales de libre pensamiento, este personaje no inclina su mirada ni hacia abajo ni hacia arriba, es un significado de que quien quiera hablar con un niño, el adulto podrá inclinarse a su mismo nivel de mirada horizontal.

Foto. 4 Babau en uno de sus recorridos por el país



Tomado: pagina Web www.ciudadanoinformado.com/ 05/11/08

“No tratamos a los niños como inferiores mentales, sino como personas inteligentes (...) Muchas veces son ellos los que enseñan a los padres” (Fragmento de entrevista a Memos Segarra, 30/12/08)

El objetivo de Aventureros es engrandecer a su público infantil. Los trata como a personas de corta edad, pero con una libertad infinita de pensamiento, eso implica dar cabida a opiniones, formas de hablar, de expresar, raíces culturas, etnias, etc.

Cuando Memo caracteriza a Babau y hace preguntas inocentes a cualquier niño, éste le responde algo inimaginable, la respuesta supera lo que cualquier adulto hubiese esperado escuchar y el que termina aprendiendo es el adulto.

Ej. Cuando BABAU viajó a los alrededores de un nevado y preguntó a uno de

los niños que habitan porqué ya no hay hielo en el nevado, le supieron responder que por no cuidar el planeta Tierra, el calentamiento global derrite el hielo, y eso pasa por las fábricas y contaminación que hacen los grandes. ¡La ingenuidad ya no existe!

Para el niño no existe una barrera que le impida imaginar, este factor es muy importante dentro del programa, porque el personaje no solamente es un aventurero visitando lugares turísticos, sino que amplía su aventura al adentrarse en el pensamiento de las personas con las que conversa, sin importar su edad. Su necesidad de conocer más de cada lugar, constituye una manera de orientar la curiosidad del televidente.

La gran aceptación del programa tiene que ver con la preparación de sus creadores. El director Memo Segarra lleva muchos años como productor audiovisual, trabajando en la realización, construcción y caracterización de títeres para televisión, Pamela García es la productora del programa y es psicóloga infantil, su trabajo con niños lleva mucho tiempo, todo el equipo de actores, compositores y músicos ha trabajado con niños. Según Pamela, todo el elenco *“tiene que venir a pensar como guagua”* y ese es uno de los factores para la aceptación de la audiencia, que incorpora a niños y también a adultos.

El solo hecho de que sean adultos quienes manejan a los personajes infantiles, genera una fórmula que da como resultado la mezcla de dos generaciones. Los personajes no son perfectos, porque al igual que todo ser humano tienen defectos, pero al mismo tiempo tienen virtudes aunque cometen errores. Eso

es primordial para que quien mira el programa, porque se identifica con los personajes.

Cuando Pancho Cavanilla (productor, animador y catedrático) trabajó en la producción del programa de Tiko-Tiko, el objetivo era reinsertar en la mente del público a un personaje que fue interesante algunos años atrás. Y decidió dirigirse a esa generación, personas adultas, muchas de ellas con familia, pero donde podían encontrar aceptación. Aunque el trabajo no fue fácil, se anunció el regreso del programa por todo lo alto y, efectivamente, se comprobó que la gente aún lo recordaba.

*“Cuando la producción me encarga en ese tiempo el regreso de Tiko-Tiko la cosa no parecía sencilla, me toco hacer mil maravillas para adentrar de nuevo a las mentes de una nueva generación un personaje que posiblemente eran de sus padres, y su regreso fue bueno, el mantenerse fue lo difícil,ya no era lo mismo”
(Fragmento de la entrevista a Pancho Cavanilla, 23/08/08)*

Para esta nueva temporada, debieron adecuar algunos factores, ya el programa y el personaje debían evolucionar. Tiko pretendía quedarse con el formato con el cual comenzó y, posiblemente, el chiste que a un inicio agradaba al público ya no tenía la misma respuesta en la siguiente generación. Pero él se mantuvo ahí, sin necesidad de abrir otras puertas, no quiso aceptar que su etapa había pasado y esa perseverancia lo hacía seguir aunque dando vueltas en un mismo círculo.

Pero una de las virtudes de Tiko-Tiko, es haber conservado un personaje que actué como payaso, y no un payaso que entretenga a niños, el mismo factor de

conservar un vestuario “formal” por así llamarlo hace que el niño tenga cierta aceptación hacia el personaje “...eso se analizo mucho al regreso de Tiko-Tiko a la pantalla, porque sabíamos que existen niños que les da temor los payasos, le tienen cierto recelo, en cambio este no es un señor formal que canta, canciones para el lápiz o un perro con la cara pintada, y no hace imitaciones de voz que a veces causan miedo, y por eso no se hizo mayor cambio en el personaje...” por cuestiones más operativas prefirieron descartar niños en el escenario, el trabajo con niños es bastante difícil y mucho más en televisión, se unifico el set virtual, con fondo caricaturesco donde sus canciones tengan soporte de animaciones, eso indica un cierto respeto hacia el público infantil que lo sigue, en sus presentaciones lleva consigo niñas asistentes, personajes de sus canciones, Ej. Lápiz, perro, y personajes de caricaturas, el payaso en cambio es más desordenado.

En la actualidad, son pocos los programas ecuatorianos que dan un claro mensaje de entretenimiento al público infantil, la mayoría se importan ya hechos y se emiten con una gran publicidad, pero al final son solo un programa mas, Pancho es uno de los productores más cercanos a la evolución de la televisión nacional y ratifica que uno de los problemas es la falta de evolución o interés de los productores, las falencias pasan por los dueños de los canales, que tienen miedo a invertir en el talento nacional, prefieren asegurar su dinero comprando programas que, en el exterior, ya tuvieron éxito y con eso asegura la inversión realizada. Por parte de los productores, sus limitaciones están en proponer nuevas opciones.

Todo ello hace que la televisión infantil ecuatoriana no sea competitiva a nivel nacional y menos aún internacional.

Desde temprana edad, Pancho propuso ideas innovadoras, que es lo que le sobraba, pero la televisión aún no estaba preparada para explorar otros rumbos y, por eso, murieron muchos proyectos. Cavanilla ha impulsado algunos de los programas juveniles que marcaron un momento en la sociedad ecuatoriana y que serán recordados por mucho tiempo.

Sin embargo, ese encierro de la producción nacional, ha dado como resultado que Ecuador no haya podido construir un estereotipo propio, algo que la gente recuerde como icono y que, con el pasar del tiempo, las generaciones puedan compararlo con algún sucesor.

Las familias de pocos recursos tienen mucho que ofrecer a los productores y creadores audiovisuales. Los padres son quienes mejor conocen a sus hijos y, por tanto, muchas veces tienen las claves para guiar a los productores sobre dónde buscar los efectos positivos y negativos de determinadas prácticas, las estrategias, y el tipo de programas que mejor se prestan al aprovechamiento de los contenidos potencialmente positivos y de reducir la influencia de los contenidos potencialmente negativos. Por tanto, el contacto entre padres e investigadores debe ser fluido y bidireccional: es necesario recuperar y potenciar la colaboración estrecha con las familias. De hecho, es imprescindible no hacer distinciones entre la actuación familiar y las actividades profesionales llevadas a cabo desde la producción, la creación o la

investigación, y concebirlas como un todo, a la hora de establecer los mecanismos ideales de aprovechamiento del medio televisivo.

Es muy conveniente que los niños formen parte de un proceso tan importante para renovar o reestructurar la cultura televisiva por así decirlo. Es necesario animarles y hacerles sentir partícipes de la creación de su propia cultura televisiva, escuchando sus opiniones a la par que influyendo en sus hábitos con información ajustada a sus gustos y necesidades, cuando se habla de familia me refiero de forma conjunta a padres e hijos.

CAPITULO 5

CONCLUSIONES

5.1. EL OBJETIVO PLANTEADO

El objetivo de este trabajo fue analizar los estereotipos existentes en programas infantiles realizados y producidos en el país.

Para definir los programas que serían analizados se realizó un ligero examen de los programas de televisión infantiles ecuatorianos que arrojó los siguientes resultados:

- La mayoría de provincias cuentan con canales locales, que cubren solo su entorno poblacional.
- La programación de los canales locales cuentan con enlatados en la mayoría de programaciones, incluyendo videos musicales.
- Existieron programas infantiles nacionales que entraron en un periodo de receso o concluyeron. Por ejemplo, Pequeños Exploradores y Red Nnace.
- En la ciudad de Milagro contaban con un programa infantil televisado, bastante agradable, llamado MICROSCOPIO que la prensa escrita local y nacional elogiaba. Sin embargo, para el momento en que inició esta investigación el programa estaba a punto de desaparecer.

Luego de este recorrido por los medios, se estableció que a nivel nacional existen dos programas adecuados para análisis planteado: Aventureros y Tiko-Tiko, que junto a la intervención de un experimentado productor televisivo

como Pancho Cavanilla, dieron soporte para el proceso de la televisión infantil en el país.

Las características de estos programas permitieron que su investigación y posterior análisis se guiara a partir de: las estructuras al formarse, el tiempo que llevan al aire, los elementos que los conforman, a quienes están dirigidos y lo que proyectan. En su conjunto, estos factores permiten responder al objetivo general del trabajo, identificar estereotipos marcados indistintamente, ya que cada uno cuenta con personajes manipulados y trabajados, los dos están llenos de colores, son muy didácticos y apuntan a un público específico, que solo inicialmente son los niños.

La apertura de los integrantes de estos dos programas para colaborar con este estudio fue muy importante. Cabe resaltar la intervención de uno de los más experimentados productores y animadores de televisión que tiene el país, Pancho Cavanilla, quien ha trabajado en programas además de los infantiles. Su ayuda enriqueció notablemente el presente trabajo.

5.2. PRESENCIA DE ESTEREOTIPOS

El análisis partió de un marco conceptual que caracteriza a los estereotipos como creencias sobre colectivos humanos, que se crean y comparten en los grupos y entre los grupos dentro de una cultura.

En este contexto, los colectivos infantiles cuentan con razones similares para ver algo diferente que llene al dinamismo propio de su edad y desarrollo. Esta carencia –contar con algo que llene sus expectativas- constituye la base para el

surgimiento de estereotipos específicos, que además incorporan elementos del grupo cultural colectivo, al que pertenecen los niños.

En el caso de **Tiko-Tiko**, este personaje tuvo su inicio hace cerca de tres décadas, cuando la evolución de la televisión era bastante novedosa. Ernesto Huertas entra al mundo infantil por coincidencia, pero ha perdurado por mucho tiempo. En la época en que creó su programa, posiblemente no se estudiaban las cualidades que debe de tener un programa de televisión, no se realizaban investigaciones de público y de mercado, mucho menos había un elemento consiente en la generación de estereotipos. En este caso, la carencia de un personaje infantil hizo que Ernesto se lance a buscar una oportunidad sin pensar en el resultado; su objetivo era claro, aprovechar la oportunidad, llenar la vacante de alguien para entretener niños. Por ello, el personaje de payaso, con el que comenzó al inicio varía, se vuelve más formal, aunque conserva muchos colores y brillos, también sigue interpretando canciones compuestas por otras personas. Así nació Tiko-Tiko y así se ha mantenido hasta la actualidad.

Ernesto Huertas buscaba un espacio en televisión, aunque no exactamente para animar a los niños, pero sí para producir una imagen y complementar sus conocimientos de actor y cantante. La idea del programa infantil surgió de algún productor que quería incorporar un programa con ese formato. Finalmente, Ernesto se quedó con el programa en su propuesta general, fue su animador y mantuvo salidas del aire y regresos temporales. Nunca varió su estilo, no buscó darle una imagen diferente. Solo cambió el criterio de presencia de niños en el estudio, ahora los programas son pre-grabados y

trabaja con set virtual, las canciones son las mismas con las que inicio su primera temporada, la co-producción fue realizada con el canal que lo trasmite (ETV Telerama. En síntesis, el personaje ha sido y sigue siendo lineal.

Para la presente etapa, el personaje **Tiko-Tiko** fue actualizado en aspectos específicos, con un traje más formal y un maquillaje sencillo, pero cargado de color. No se realizó una investigación antes de volver a salir al aire. Aunque este es un personaje inicialmente improvisado, con el transcurrir del tiempo ha sabido mantenerse. Es más, su público objetivo fue y siguen siendo los niños de esa época inicial y ese público ha logrado que sus hijos también sean seguidores del programa y, sobre todo, del personaje que se nutre con diversos contratos para animar eventos o fiestas infantiles.

Tiko-Tiko se caracteriza por manejar un estereotipo “vertical”, aunque Ernesto Huertas desconoce el término estereotipo. Es decir, anima para sí mismo. Desde que inició su programa con público, una de las características principales era hacer concursos para que los niños ganen premios, aunque esto es entretenido, limita mucho al niño que no puede ir más allá de lo que le imponen. Su mirada dominante va más de la diferencia de estatura entre el personaje y el niño, Tiko-Tiko quiere mantener su mando, su dominio, y su orden. Varias razones explican este proceso:

- Este tipo de dominio sobre los niños surge de un régimen disciplinario, ya que es piloto de aviación.

- Su público principal a pesar de ser un personaje infantil, son los niños de hace tres décadas, los padres actuales que gustan del personaje y se lo inculcan a sus hijos.
- El personaje no necesita ir más allá de lo que tiene, porque vive de la venta de sus discos y contratos para animar eventos infantiles.
- La televisión es usada como una vitrina para hacer publicidad, promocionar los videos y discos musicales del programa.
- El nivel de audiencia se lo mide por medio de las cartas que llegan a su página Web, correo electrónico y la cantidad de niños que acuden a sus presentaciones.
- La perseverancia hace que un personaje que salió de coincidencia en televisión perdure hasta la época actual.
- Tiko-Tiko ha sabido manejar y vender muy bien su imagen, hoy por hoy es uno de los animadores infantiles ecuatorianos más contratado y mejor remunerado.
- El programa fue elaborado sin una investigación previa, pero encontró cabida por la carencia de programas infantiles.
- La carencia de público en el programa tiene relación con su régimen y también con la evolución del público, antes los niños eran más tranquilos. Hoy, es difícil que un niño se limite hacer lo necesario, siempre querrá ir más allá.

Todo ello también explica que la transmisión del programa varíe en poco tiempo. Si bien lo pasan todos los días, cada pocas semanas cambia de

horario, incluso lo transmiten en las madrugadas como relleno de programación.

El caso de Aventureros es distinto. En este programa, sus animadores son todos títeres manipulados por adultos. Resulta agradable el resultado de la creación de personajes basados en investigaciones que incorporan estereotipos infantiles, aunque este hecho no sea consiente para sus mismos creadores.

Sin duda, Aventureros marca una nueva generación en el hacer televisión infantil en el país, con bases de investigación para satisfacer necesidades que no han sido cubiertas en la pantalla nacional. Para Memo Segarra, contar con un grupo de creadores artísticos para realizar este programa y no con un grupo de técnicos, es mucho más ventajoso en este tipo de formatos televisivos, porque el público al que van dirigidos es más exigente, no es fácil de convencer, hay que llegar a su mente. Para ello, qué mejor que hacer un programa pensando como niño y el resultado está a la vista, no solo es contar con artistas plásticos sino también con actores profesionales que sepan modular su voz y dar vida a los personajes.

Si partimos del concepto de estereotipo como una *imagen fija* (sobre algo o sobre alguien) que predomina en un ambiente social, debemos aceptar que esa imagen puede contener también prejuicios socialmente compartidos. En el estereotipo existe un proceso de categorización que sirve para formar agrupaciones de hechos y objetos, lo que a su vez constituyen guías en la adaptación de los sujetos.

En el caso de Aventureros, el estereotipo logró formar una reducción, construyendo una sociedad que se identifica con los niños, desde el Árbol que es el icono del adulto siempre aconsejando al niño travieso y preguntón que es Babau. También existen un par de amigos que parecen hermanos Abejita y Gusanita que forman parte de la sociedad y reflejan lo que el niño puede vivir en su escuela o en su hogar. Esa reducción de la sociedad está muy bien representada en el programa con los elementos antes mencionados y, si bien cada niño es indistinto y tiene características diferentes, es claro que el estereotipo cubre las necesidades de colectivos culturales, grupales, públicos y no privados.

Aventureros es un programa con estereotipo “horizontal”, por la forma con que engloba y da libertad a su público. No pone límites entre emisor y receptor. La creación de personajes no consideró, de forma consciente, los estereotipos que estos reflejan. Tuvo un carácter más espontáneo y ello también da cuenta de la fuerza con que los estereotipos se incorporan en el inconsciente de los adultos que elaboraron el programa.

Aunque Memo y Pamela, los creadores de los personajes y del programa, saben lo que es un estereotipo, creen que no los aplicaron para sus creaciones. Ellos optaron por unir la psicología infantil con la trayectoria de creadores plásticos.

Entre las características de Aventureros, que determinan cómo mostrarse ante su público y la amplitud para llegar a su audiencia, se puede resaltar:

- El programa lleva poco tiempo al aire, en relación con el de Tiko-Tiko, pero ha podido mantenerse al aire sin recesos.
- Su público es actual, es una generación moderna y más exigente.
- El objetivo principal era llegar público infantil, posteriormente ese target se amplió con los adultos, principalmente padres de familia y profesores de estratos medios.
- Es el único programa de televisión infantil que se mira en todo el territorio ecuatoriano, tomando en cuenta que los transmiten 76 canales nacionales y 3 internacionales.
- Los medios locales han podido notar el valor de contenido que tiene el programa y han sido los mismos canales que han buscado transmitirlo sin costo.
- El horario de transmisión entre 05:00 – 10:00 (en otras ciudades hasta las 16:00) tiene una razón justificada. El niño mira el programa solo, porque está acostumbrado a levantarse muy temprano todos los días para ir a su escuela.
- Al no pertenecer a un canal establecido, se han evitado discrepancias por políticas internas o cambios de programación, que hubieran podido incidir en cambios de horario e incluso en la salida del aire.

Para concluir cabe señalar que los estereotipos son iconos representativos destinados a englobar un grupo cultural-social indefenso por decirlo de alguna manera, estas creaciones no son realizadas bien ejecutadas es el resultado involuntario de la consecuencia en la carencia de algo que asemeje y

represente a ese grupo social al que va dirigido, en el caso de los niños el grupo más identificado por ser el más débil asimila su simpatía por todo lo didáctico, colorido, suave, musical, etc. Mientras deje de escuchar voces gruesas de adultos y al contrario algo similar a las suyas tendrán aceptación sea este un títere, o un personaje con muchos colores, siempre lo verán como identificación, aparte de eso el mensaje que los personajes emiten es receptado como tal y no como orden, así lo recibiría de un adulto, Ej. En un adulto se entendería una orden como “...*Te comes toda la comida y te vas hacer los deberes...*” en el caso de los estereotipos como personajes se entendería como un consejo “...*y no te olvides amiguito luego de hayas comido toda tu comida, recuerda hacer todas tus tareas...*”

EL PÚBLICO RECEPTOR

Tanto **Aventureros** como **Tiko-Tiko** son programas creados para un público objetivo, los niños, pero con el pasar del tiempo esto varió y generó procesos diferentes.

En el caso de Tiko-Tiko, el programa fue creado en una etapa en que la televisión ecuatoriana iniciaba un proceso nuevo y no mucha gente contaba con la opción de ver televisión. El personaje aparece y cubre muchas expectativas de novedad e interés para un público infantil, pero también adulto. Ese era un público sano que solo buscaba divertirse, lo cual dio un espacio para que el personaje evolucione rápidamente. Sin competencia en el país, la audiencia que tuvo en esa etapa se mantiene hasta ahora y es ese público

adulto su principal aliado, pues por su intermedio se induce a los hijos para incorporarse como seguidores del personaje.

Paralelamente, en la actualidad existen otros factores que también coadyuvan a lograr ese resultado. Uno de ellos es el tipo de comunicación que maneja Tiko para su público y éste es el de un adulto. Como Ernesto comenta, él no se considera un payaso y no imita a un payaso, simplemente se maquilla la cara y utiliza un lenguaje sin trabajo de voz. Este es un trabajo de venta de imagen y quién mejor comprador que su antiguo público.

No obstante, la audiencia a la que dirige Tiko-Tiko sigue siendo infantil, no ha variado, sino que ha evolucionado. Quien lo vio hace treinta años lo sigue viendo, pero hoy junto a sus hijos. Por lo tanto, el público infantil que lo observa lo hace por influencia familiar, no es un público puro y nuevo. De eso está consciente Ernesto Huertas y, por esa misma razón, impulsó la venta de su imagen por medio de presentaciones, discos y videos. Cabe anotar que el público al que se dirige Tiko corresponde a un target de nivel medio-alto, personas que pueden contratar sus presentaciones y adquirir su producto.

Con Aventureros pasó algo diferente. Aparece en un momento donde el público infantil es consumidor de otros programas, muchos de ellos, enlatados importados, y por ello, se vio obligado a mostrar un producto que rompiera con ese contexto en la actualidad. Porque sus personajes son un grupo de títeres, parecería que tenía menos opción de mantenerse, pero la propuesta maneja otros aspectos, principalmente: el lenguaje, el mensaje, la forma de llegar a un público bastante complicado y exigente, como son los niños contemporáneos.

A diferencia de Tiko, los creadores de Aventureros comenzaron por analizar el público al que querían llegar y eso tuvo mucha incidencia su patrocinador principal, que fue una entidad pública, el INNFA, cuyo objetivo era llegar a muchos niños de clase media-baja. La difusión del programa permitió formar una cadena de espectadores en todo el país, fue ahí cuando los canales locales solicitaron tener en sus canales este programa. Además, con el pasar del tiempo, se adhirieron los padres de familia y los profesores de las escuelas. Aunque el programa y sus personajes son manejados por adultos, que son artistas y profesionales, el lenguaje que manejan fue muy bien entendido por sus receptores. El programa va dirigido a niños de un nivel cultural y social diferente y no se vende como imagen, a pesar de tener canciones propias y personajes, no han llegado a vender videos, discos, ni hacer presentaciones, porque ello, alguna manera, cambiaria al público. Sus propios realizadores reconocen que con el tiempo se han ganado un público no objetivo, que son los adultos, por ello, simultáneamente ampliaron su target para convertirse, de programa infantil, en programa familiar.

5.3. DIFERENCIAS PUNTUALES, SEMEJANZAS FUNDAMENTALES

Los programas infantiles analizados fueron escogidos luego de un largo recorrido por los diversos canales nacionales y locales. De ese estudio se dedujo que Aventureros y Tiko-Tiko presentaban elementos de análisis necesarios para su análisis.

Los dos manejan objetivos similares pero con marcaciones diferentes. A continuación se detallan diferencias y similitudes entre los dos programas

DIFERENCIAS

TIKO-TIKO	AVENTUREROS
Es un adulto en personaje de “payaso”	Adultos en personajes de títeres
Lleva cerca de 30 años al aire	Lleva cerca de cinco años al aire
Su público es de condición media-alta	Su público es de condición media-baja
Su público es consumidor comercial	Su público no es consumidor comercial
Utiliza un canal de televisión para vender su imagen	Utiliza 76 canales nacionales y 3 internacionales para inculcar valores
Su auspiciante es una empresa privada (ETV Telerama)	Su auspiciante es una entidad pública (INNFA)
El personaje fue creado por coincidencia	Los personajes fueron creados luego de un largo estudio de “público objetivo”
El programa es lineal, porque no presenta cosas nuevas	En cada programa presentan temas nuevos que termina siempre en consejos
Por medio de los padres de familia, los niños miran el programa	Por medio de los niños, los padres y profesores miran el programa
No es estable en su horario de transmisión	Su horario no varía, es estable

Desconoce el término “estereotipo”	Conoce el término “estereotipo” pero no lo utiliza conscientemente.
Se transmite de lunes a domingo	Se transmite solo los días sábados
Cuenta con un horario vespertino, con reprises en las madrugadas	Su horario oscila entre las 05:30 hasta las 16:00 en todo el país
Su audiencia es medible por pocas ciudades del país a donde llega la señal de ETV, pero principalmente en: Quito, Guayaquil y Cuenca.	Su audiencia abarca prácticamente todo el Ecuador y dos países extranjeros: Estados Unidos y España.
El personaje es “primitivo”, realiza su programa desde un set.	El personaje principal es “explorador” trae vivencias de otros lugares del país.
Se complace en entretener y divertir	Se enfoca a resaltar los derechos de los niños, educa.
Sus canciones son para bailar	Sus canciones son para reflexionar
Quiere aparecer como un personaje perfecto	Sus animadores y principalmente Babau está lleno de imperfecciones.
Tiko anima y conduce un programa	Babau entretiene sin animar ni conducir.
Este personaje no comparte el escenario con co-animadores	El programa está compuesto por un personaje principal y tres acompañantes
A pesar de salir con la cara pintada de	Asume su condición de un títere, lo

muchos colores, no reconoce ser un payaso	resalta y no lo oculta
Tiko-Tiko es un personaje infantil que mantiene los estereotipos del adulto.	Aventureros reproduce estereotipos infantiles, con personajes desarrollados por adultos.

Como se observa las diferencias parten por cuestiones bastantes simples, no son diferencias marcadas que lleven a hablar de dos estilos o formatos de programas distintos, su objetivo inicial es el mismo, su manera de llegar a ese público es lo que marca una diferencia sencilla, el cómo llegar al público infantil sea este directa o indirectamente en realidad no es muy importante, tanto los dos programas, su audiencia principal son niños, y los dos programas mientras tengan seguidores infantiles se mantendrán caso contrario dejarán de salir al aire.

SIMILITUDES

Tiko-Tiko y Aventureros	Son programas de la televisión nacional
	Se caracterizan por dar entretenimiento a los niños
	Son personajes didácticos, llenos de colores
	Son observados por niños, con sus

Aventureros	padres
	Mantienen espacios musicales.
	Sus formatos no rebasan la media hora de programación.
	Los personajes son desarrollados por hombres.

Las similitudes marcadas entre estos dos programas son pocas, tomando en cuenta aspectos entre los cuales se resalta que son de épocas muy distintas, ninguna de los dos intenta asimilar algo del otro programa, se asimilan en dar entretenimiento a los niños, que adjuntaron a adultos como audiencia indirecta, como aspecto curioso cabe señalar que los dos creadores (Ernesto Huertas y Memo Segarra) son personas con edad muy avanzada, los dos oscilan entre los 40 y 50 años, dando como resultado que en la actualidad, dentro de la nueva generación de productores audiovisuales no habido alguien que proponga algo diferente ni haya durado, el último programa que tubo similares características fue el conducido por Paloma Fiuza pero que no trascendió, por ser un icono repetitivo.

5.4. Conclusiones personales del trabajo.

Al aceptar el reto considere que el tema no implicaría mucho tiempo de investigación, ya que por fácil visión se sabía que no existía programas de televisión para público infantil, pero resulto ser todo lo contrario, el mismo hecho de esa carencia de programación infantil producido en el país, hizo más complicado el trabajo, porque no había material de donde analizar, y la

complicación resulto mayor cuando los dos programas escogidos, eran casi empíricos, donde resultaba difícil deducir con que argumentos hicieron un programa, ya que como se observa en el primer capítulo de este trabajo el hacer un programa de televisión de cualquier género es realmente muy complicado y demasiado costoso.

En la actualidad la mayoría de realizadores audiovisuales ejerce la función más sencilla que es hacer programas que resulten accesibles, sin complicaciones y que genere muchas ganancias, y eso implica dejar de contratar personal, especializado, no utilizar set de tv, trabajar con equipo técnico reducido, etc.

Mi primera conclusión luego de este estudio es resumir que hacer un programa de tv., para público infantil es realmente complicado, tanto así que nadie se atreve hacerlo, se necesita más que una buena inversión para lograrlo hacer, y fruto de esa conclusión es ver a simple vista que un buen programa infantil no ha sido elaborado en este país, uno que se considere bueno, ejemplar, recordado, y los pocos que se han intentado no han durado, el caso de los 2 programas analizados, se mantienen más por un punto de vista comercial, que de interés infantil, y no deja de ser lamentable ver que tanto la empresa pública o privada han dejado a un lado el consumo de los niños por el suyo propio.

En el proceso de investigación tuve la oportunidad de entrevistar a Ernesto Huertas, (Tiko-Tiko) la imagen que tenemos de este personaje es la de noble como todo personaje infantil, sin embargo al momento de hacer las solicitudes para que me conceda la entrevista pase más de 2 meses para que acepte, ni él ni su canal podían ayudarme, hasta que por medio de contactos obtuve su número telefónico del domicilio y pude hablar con él, luego de la charla saque

la conclusión de que es señor es regionalista, se negó ayudarme con la entrevista luego de hacerme muchas preguntas, hasta que lo logre por medio de una amiga de la ciudad de Guayaquil, no le tomó más de 2 minutos aceptar y citarla en su casa, es cierto que los personajes infantiles son actores, pero que sectoricen su público no es muy común de personajes con amplia trayectoria, es posible que esa sea la razón de porque Tiko-Tiko hace presentaciones en la costa o de la ciudad de Guayaquil específicamente, pocas veces o casi nunca se lo ve en la sierra.

Con Memo Segarra paso algo completamente diferente, tanto él como su productora Pamela García, estuvieron muy gustosos de colaborarme, en la entrevista y es agradable observar lo emocionados que hablan de su programa a diferencia del otro programa, ellos disfrutaban de lo que hacen, y en verdad han sido el programa que se puede comprobar que han recorrido todo el país.

El análisis, las teorías, las guías, las pautas, de este trabajo están expuestas, quien considere hacer un programa de televisión infantil puede guiarse con este material, los patrones están marcados, la creatividad es trabajo del realizador, ojala él o la interesada tenga la iniciativa de romper de una buena vez un esquema de una nueva televisión infantil renovadora, que sea capaz de liderar en el país una nueva generación de niños con menos violencia y más humanos capaces de sentirse orgullosos de la tierra donde nacieron.

5.5 Reglas que deberían tener en cuenta los productores de un programa infantil en el Ecuador.

Basado en el análisis de este trabajo, se han considerado algunos aspectos para ser tomados en cuenta al crear un programa de televisión infantil, y entre los principales se tomaron en cuenta estos semblantes:

- **Respetar Normas televisivas.**- En el primer capítulo se mencionó todos los aspectos que debe de cubrir un programa de televisión, en nuestro país todas esas normas se minimizan a menos de la mitad, los programas de televisión del país cuentan con menos de los que se debería hacer, por eso la importancia de resaltar, cada área de un programa de tv.
- **Estudio de campo.**- Lo primordial es saber a quién se va a llegar, si es verdad los niños del Ecuador son similares es un amplio campo para cubrir a todos porque tanto niños de la sierra como los de la costa tienen diferencias sociales y culturales, por esa razón sin previo estudio o análisis no tendrá futuro, la idea es optimizar al grupo de niños a los que va dirigidos.
- **Los realizadores deberían ser especialistas en niños.**- Los programas escogidos para su análisis, (Aventureros y Tiko-Tiko) llevan a deducir que lo mejor para tratar de hacer un programa infantil es que sus realizadores y conductor (si así lo amerita el programa) deberían ser especialistas en niños, ya sea como psicólogos infantiles, o su equivalente, con el fin de saber qué es lo que quieren ver los niños, son los mejores indicados para su conducción.
- **Sondeos para saber que personaje quieren los niños.**- El poner un animador para un programa infantil debe de ser analizado y estudiado

basado en un estudio y ser sustentado por sus creadores, si se escoge por un payaso saber el tipo de colores en su maquillaje, y la forma del rostro que debería tener, si el caso fuese un niño, vestimenta, presencia, y actitud.

- **Evitar los diminutivos.**- Nuestro país y sobre todo la ciudad de Quito lleva por cultura, y tradición tratar a la gente por diminutivos (Juanito, vecinito, señorcito, etc.) esto se lo sigue escuchando en programas infantiles cuando se dirigen a los niños como “amiguitos” sin embargo ese término evita un lineamiento horizontal con los niños, al contrario ese vocablo genera un estado de superioridad sobre los niños, no recomendable, ya que los niños en la actualidad exigen un trato especial más no vulnerable.
- **Programa con presencia de Público infantil.**- Partiendo del formato del programa a ser escogido, y si este es una revista infantil es recomendable tener niños presentes como espectadores, ya que es una manera directa el saber si se está cumpliendo con las expectativas de hacer un programa dirigido a ellos, es un buen indicador saber si gustan o no del mismo.
- **Compartir ideas con otros países.**- Como productores y realizadores es bueno asistir a seminarios en otros países donde se pueda capacitar y mirar nuevas formas de producción infantil, con el fin de perfeccionar los programas locales, estos conocimientos ayudarán a dar soporte y entrar en competitividad para otros países.

- **Evitar hacer programas de otros países.-** Existen programas infantiles de televisión realizados en otros países bastante agradables pero es preferible evitar copiarlos, hacerlos parecidos, o similares, por más buenos que parezcan ningún programa infantil podrá mostrar lo que en verdad necesitan el público infantil.
- **Escoger bien a los auspiciantes.-** Si bien es cierto nuestro mercado es complicado encontrar quien auspicie este tipo de programas hay que tener cuidado con quien lo hace, porque se puede caer en empresas que vendan productos afectivos para niños pero al ver que el programa tiene audiencia quieran invertir.
- **Establecer programas a largo tiempo.-** El principal problema de las producciones infantiles (excepto los 2 analizados) es que son pasajeras, e incluso pasan desapercibidas, lo ideal es plantear proyectos a largo tiempo para pulir niños que fueron captados a corta edad.
- **Programas culturales una buena opción.-** Basado en el capítulo 3 se considera que los niños en la actualidad están interesados en aprender, desde una edad muy prematura, es por eso que sería viable que se produzcan programas culturales o de enseñanza pedagógica desde muy pequeños con la finalidad de pulir esa capacidad temprana.

Estos fueron algunas de las pautas que se pudieron deducir basado en el análisis efectuado en este trabajo, tomando en cuenta que los aspectos señalados incitan a realizar programas de calidad.

BIBLIOGRAFIA

- Álvarez, M. del Río / Blas, Mariano. Programación Infantil de Televisión: Orientación Y contenidos Prioritarios. Instituto Oficial de Radio Televisión. RTVE, Madrid, 2005.
- AMOSSY, R. (1991), <Les Idées reçues. Sémiologie du stéréotype, Paris, Nathan.
- AMOSSY, R. & HERSCHBERG PIERROT, A. (1997), Stéréotypes et clichés. <Langue, discours, société, Paris, Nathan.
- AMOSSY RUTH Y ANNE HERSHBERG Pierrot, Estereotipos y Clichés: Universitari. Buenos Aires: 2001.
- BARBERA HEREDIA ESTHER, Psicología del Género, Ariel S.A. España: 1998.
- BUSTAMANTE ZAMUDIO GUILLERMO, Entre la lectura y la escritura, Hacia la producción interactiva de los sentidos: Cooperativa Editorial. Bogotá: 1997.
- CARPIO VALDEZ SANTIAGO, Producción Audiovisual, Textos Universitarios, Perú: 1995.
- COLEGIO ETCHEGOYEN DPTO. FILOSOFÍA. Los Estereotipos. Soviético, Talcahuano, 2001
- DICCIONARIO SOVIÉTICO DE FILOSOFÍA, Estereotipo dinámico, Ediciones Pueblos Unidos, Montevideo 1965, Pág. 154
- DIEZ LÓPEZ, PILAR. Presentación, Estereotipos y roles de género en la programación Infantil. Infancia, Televisión y género. Guía para la

- elaboración de contenidos no sexistas en programas infantiles de televisión. IORTVE e Instituto de la mujer. 2005
- DUFAYS, J.-L. Stéréotype et lecture, Liège, Mardaga. (1994),
 - D`VICTORIA, Raúl. Producción de televisión, " Procesos y Elementos que integran la producción de televisión" editorial trillas Mexico DF. 2009
 - ERAUSQUIN, M. A. ALONSO. Y otros. Los Tele niños. Laia. Barcelona. 1980
 - FERNÁNDEZ M. ANNA PAMELA, Estereotipos y roles de Género en el refranero popular, charlatanes, mentirosos, malvados y peligrosos. Proveedores, maltratadores, machos y cornudos. Anthropos Editorial, Barcelona: 2002.
 - GONZÁLEZ MOREIRO, José Antonio. Análisis de imágenes: un enfoque complementario. En: *Manual de Catalogación*. María Pinto (ed.). Madrid: Síntesis, 1994.
 - CREEBER, G. *The televisión genre book*. Londres: British Film Institute (ed.): (2008)
 - HERRERO, JUAN. La teoría del estereotipo aplicada a un campo de la fraseología. *Especulo. Revista de estudios Literarios*. Universidad Complutense de Madrid. 2006.
 - Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE. La unión de la TV y los niños. EGRAF, S. A. MADRID, 2005, resumen de texto
 - LOZANO, J. CARLOS. Teoría e investigación de la comunicación de masas: Pearson Educación, Mexico, 2007

- McKEE, ROBERT. El Guión: editorial Alba Minus: 2011
- ODA ÁNGEL FRANCISCO, La teoría de la comunicación y las Ciencias de la comunicación. 2001.
- ORDÓÑEZ, M^a DEL CARMEN / Tinajero, Alfredo. Estimulación Temprana. Cultural, S. A., España, 2007
- PINTO, ANTONIO. Enseñar a los niños a ver la publicidad con otros ojos. 4ta jornada Monográfica. Comunidad de Madrid. España, 14 de Diciembre del 2004
- PLANTIN, Ch. (1993), Lieux communs, topoï, stéréotypes, clichés, Paris, Kimé.
- QUIN R. Y MACMAHON B. Historias y Estereotipos. Ediciones de la Torre, Madrid. 1997
- SANTORO EDUARDO. La televisión Venezolana y la formación de estereotipos en el niño, Universidad Central Venezolana, Venezuela, 1989
- SARAVIDA, MARÍA REGINA. El papel educativo de los cómics infantiles (análisis de los estereotipos sexuales) Universidad Autónoma de Barcelona, España, 1991
- SCHAPIRA, CH. (1999), Les stéréotypes en français : proverbes et autres formules, Paris, Ophrys.
- SEGURA ILLANES, ROCÍO / Téllez, Rocío. Estereotipos en el cine Infantil, Revista Digital "Investigación y Educación" No. 22, España, febrero del 2006.

- Todorov, T. "¿Qué es el estructuralismo? POÉTICA.". Editorial LOSADA S.A. Arg.1975.
- UNICEF. Campaña por el día internacional de la radio y televisión a favor de la niñez, 25 octubre 2004.
- URPI MONTSI, aprender comunicación no verbal: la elocuencia del silencio Paidós, Andalucía: 2004.
- VÉLEZ, CARLOS ALBERTO. Fundación "Antonio Restrepo Barca". Televisión Infantil; Voces de los mas y de la Industria Televisiva (vol.7), Convenio Andrés Bello, 2002.
- VERGARA, ARTURO, Para los que hacen cine y T.V. CRONOS, Ecuador, 1993.
- VILLAMARÍA, JOSÉ. Síntesis de la historia universal de la comunicación social y el periodismo, Radmandí, Ecuador, 1997.
- WOLF, M. La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Paidós. México. 1985.

ENLACES INTERNET.

- <http://www.art.es> (asociación de realizadores de televisión)
- <http://www.broadcast-tvzona.com/> (formación y enseñanza de carreras de televisión)
- http://www.catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/gebhart_a_si/capitulo4.pdf

- <http://www.createle.com/> (consultoría de creatividad especializada en creación de formatos audiovisuales y colaboración con productoras y televisiones)
- <http://www.corporaciónmultimedia.com> (análisis e investigación de audiencias)
- <http://www.ucm.es/info/especulo/numero32/teoreste.html>
- <http://www.guiainfantil.com/educación/televisión.htm>
- <http://www.chiquititas99.galeon.com>
- <http://www.unicef.org/ecuador:2008>
- <http://www.tikotiko.com>
- <http://www.infa.gov.ec>
- <http://www.ecuavisa.com/ecuavisa-internacional.html>
- <http://www.ciudadaniainformada.com>
- <http://www.eluniverso.com>
- <http://www.colegioamericano.edu.ec>
- <http://www.tikotiko.com>
- <http://www.elmercurio.com.ec>
- <http://www.diariocorreo.com.ec>
- <http://www.santacruz.gov.ec>