



COMUNI@CCION: Revista de
Investigación en Comunicación y
Desarrollo

ISSN: 2219-7168

unacomunicacin@yahoo.es

Universidad Nacional del Altiplano
Perú

RODRÍGUEZ, CAROLINA ALEJANDRA; NÚÑEZ NÚÑEZ, VALENTINA; ASTUDILLO
RIVERA, EVA
CONSUMO TELEVISIVO DE AUDIENCIAS INFANTILES: UN ESTUDIO CUALITATIVO
CON ESTUDIANTES CHILENOS - CHILE
COMUNI@CCION: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo, vol. 8, núm.
2, julio-diciembre, 2017, pp. 105-115
Universidad Nacional del Altiplano
Puno, Perú

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449854118004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

CONSUMO TELEVISIVO DE AUDIENCIAS INFANTILES: UN ESTUDIO CUALITATIVO CON ESTUDIANTES CHILENOS - CHILE

TELEVISION CONSUMPTION AND CHILD AUDIENCES: A QUALITATIVE STUDY WITH CHILEAN STUDENTS - CHILE

CAROLINA ALEJANDRA RODRÍGUEZ

Universidad De La Serena - Chile
E-mail: crodriguez@userena.cl

VALENTINA NÚÑEZ NÚÑEZ

Universidad De La Serena - Chile
E-mail: valen.nu.nu@gmail.com

EVA ASTUDILLO RIVERA

Universidad De La Serena - Chile
E-mail: eva.astu@gmail.com

Recibido el: 25/04/2017
Aprobado el: 27/06/2017

RESUMEN

Pese a la penetración y uso de dispositivos móviles entre las audiencias infantiles, la televisión sigue siendo un medio consumido por niños, niñas y adolescentes. En Chile, el consumo televisivo de audiencias infantiles, llega en promedio a 3 horas diarias, siendo sus programas favoritos aquellos transmitidos pasadas las 22 horas, teniendo acceso a contenidos dirigidos a un público adulto y no infantil. La presente investigación tuvo como principal objetivo describir las preferencias y hábitos de consumo que tienen los estudiantes de enseñanza básica de un establecimiento público/rural de la comuna de La Serena, Chile. La metodología utilizada fue cualitativa, utilizando como técnica de recolección de datos el *focus group*, permitiendo conocer las preferencias de contenidos, motivos y hábitos de la audiencia infantil. A partir del análisis, se concluye que el consumo televisivo es menor conforme van creciendo en edad, al priorizar otras actividades como salir con amigos o jugar. Sin embargo, la televisión sigue cumpliendo un rol importante, ya que le dedican bastante tiempo mientras realizan otras actividades cotidianas. Entre los contenidos más vistos por los escolares están las telenovelas nocturnas y los programas de humor también destinado a público adulto, aunque la serie *Los Simpson* sigue siendo una de las favoritas. De las opiniones de los escolares se desprende que la televisión chilena emite escaso contenido dirigido a la infancia, factor determinante en el consumo de contenidos no aptos para niños, niñas y adolescentes.

Palabras claves: Televisión, audiencias, estudiantes, infancia, consumo televisivo.

ABSTRACT

In spite of the penetration and use of mobile devices, TV still is a mass media consumed by children and adolescents. In Chile, television consumption by the child audience reaches 3 hours average per day. Their favorite programs are those broadcast after 10 P.M., which allow them access to content aimed at adult audiences. This research had as main objective to describe the preferences and consumption habits of 41 students of a public elementary school located at a rural area of La Serena, Chile. The methodology used in this study was qualitative and *focus group* technique was used to collect data. The results showed us the contents preferences, reasons and habits of the child audience. From the analysis, it is concluded that the TV consumption decreases as the subjects get older due to the prioritization of other activities such as going out with friends or playing. Nevertheless, the television has still an important role because the children spend a considerable amount of time watching TV while they are doing other daily activities. Night soap operas and comedy shows are the most watched television programs and both are aimed at adult audience. However, one of the most popular series is *The Simpsons*. From the opinions of the students, it is concluded that Chilean TV broadcasts have little content aimed at children audiences; one determinant factor in the consumption of content is that it is not appropriate for boys, girls and adolescents.

Keywords: Television, audience, students, childhood, TV consumption.

I. INTRODUCCIÓN

Ver televisión, es una de las actividades a las que actualmente los niños, niñas y adolescentes, dedican buena parte de su tiempo de ocio. Si bien hay posturas amenazantes que vaticinan la caída de la televisión como industria, ante la pérdida de audiencias y la migración hacia otras pantallas, las cifras no han bajado significativamente, como para olvidar la importante influencia que la televisión genera en el público infantil. En lo más particular y cotidiano, este medio acompaña. Un televisor puede estar encendido mientras las personas realizan otras labores, como estudiar, conversar o comer. Sin embargo, la televisión también ha sido centro de críticas en el último tiempo. Se le critica por la baja calidad de los contenidos, por emitir contenidos no aptos para el público infantil y también por privilegiar programas y contenidos de carácter trivial que nada aportan al desarrollo de un país (García & Torres, 2009).

En Europa los niños de entre 4 y 14 años consumen en promedio 2 horas y 49 minutos de televisión al día, asimismo se logró determinar que cada año el visionado se incrementa en dos minutos (Aguaded & Urbano-Cayuela, 2014). La investigación de Duarte-Duarte y Jurado-Jurado (2016), realizada en Colombia, indica que del 100% de los padres encuestados sobre las horas de consumo televisivo de sus hijos, un 39,5% reconoce un consumo de entre dos a más de seis horas diarias, concentrándose el mayor consumo entre las 17 y las 20 horas. En este caso la investigación se concentró en preescolares pertenecientes a todos los estratos socioeconómicos.

En Santiago de Chile, Vergara E, Vergara A y Chávez (2014) exponen que los niños de estratos socioeconómicos altos ven de 2,5 a 3 horas diarias de televisión, mientras que los de estrato socioeconómico bajo, aumentan a 4 y 5 horas el consumo diario. El mismo estudio concluye que los fines de semana se incrementan las horas de visionado, incluso hasta pasadas las 22 horas en todos los estratos, aunque cabe mencionar que en estratos altos se prefiere la televisión de pago y en los estratos más bajos - generalmente- la única opción es la programación de la televisión abierta.

En Chile, por su accesibilidad, la televisión es uno de los medios de comunicación más importantes y reconocidos por el público. Según la VIII Encuesta Nacional del Consejo Nacional de Televisión de Chile (desde ahora CNTV), el 70,45% de los

encuestados ve contenidos audiovisuales a través de la televisión abierta, eligiéndola como el principal medio para informarse, mientras que un 58,7% lo hace por televisión de pago (CNTV, 2014). Este organismo realiza preferentemente estudios cuantitativos, como el citado anteriormente, utilizando encuestas telefónicas y/o presenciales a diferencia de la investigación de Vergara et. al., que contempló entrevistas a niños, niñas, padres y profesores, utilizando un enfoque cualitativo que pone en valor el discurso del público infantil “los actuales estudios insisten en que los investigadores deben operar como aprendices en los mundos de la infancia, flexibilizando al máximo la relación pedagógica que suele establecerse entre niños y adultos” (Vergara et al, p.180).

En Chile existen en promedio 2,6 televisores por hogar, abarcando todos los estratos sociales (CNTV, 2014), de manera que, perfectamente puede haber televisores en varias dependencias de una casa, especialmente en las habitaciones, tanto de adultos como de los niños y niñas, quienes en la actualidad tienen un mayor acceso a los medios de comunicación gracias a los dispositivos tecnológicos. Según el CNTV de Chile, el consumo de televisión de niños y niñas menores de 13 años es de un promedio de 3 horas diarias, una cifra mayor en comparación a las 2,6 horas de consumo diario en el año 2011. Por otra parte, el consumo televisivo a nivel general mantiene una tendencia a la baja en los últimos 6 años, escenario que tiene en crisis económica a varios canales de televisión chileno. En cuanto al consumo promedio diario de Chile, “en el año 2011 la sintonía de TV abierta alcanzaba las 2 horas 40 minutos por persona, a diferencia del año 2015 donde el promedio arroja 2 horas 15 minutos” (CNTV, 2015, p. 9).

Pese al descontento y a la baja popularidad que tiene hoy en día la televisión, sigue siendo una de las actividades que más realizan y prefieren niños, niñas y adolescentes en su tiempo de ocio, ubicándola por encima de otras opciones recreativas, como jugar o leer, sobre todo en vacaciones. Respecto a los hábitos, el consumo en solitario pareciera ir en aumento, especialmente en los estratos socioeconómicos bajos a diferencia de los estratos medio y alto en donde hay un consumo que relaciona a los hijos con sus padres “un porcentaje significativo de ellos tiene un actitud activa y dialógica, en cuanto afirman que conversan y opinan con los niños acerca de los contenidos televisivos (Duarte-Duarte & Jurado- Jurado, 2016, p.615). Al respecto Liceras (2014) indica:

Se acentúa el uso en solitario de la televisión con la creciente disposición de este aparato en la propia habitación de niños y jóvenes, junto con el cada vez más habitual consumo de televisión 'a la carta' a través de internet. (p.357)

La televisión sigue teniendo un papel fundamental en la vida cotidiana de la infancia en todo el mundo, ya sea por su alto consumo o por su accesibilidad, incluso en otras pantallas fuera de la televisión tradicional. Su influencia en Europa por ejemplo ha llevado a que el Parlamento en el año 2009, promueva entre los estados miembros una nueva asignatura en el currículum escolar, sobre alfabetización mediática, que por supuesto tiene directa relación con el uso educativo de los medios, tales como, la televisión e internet (Aguaded & Urbano-Cayuela, 2014). De acuerdo a Gómez (2011), el consumo televisivo infantil se explicaría porque:

Los niños y niñas buscan satisfacer sus necesidades de entretenimiento; porque los programas son "aspiracionales" y las niñas anhelan a ser princesas y los niños superhéroes; porque la televisión es impuesta por el medio. En definitiva, porque la televisión es un tema recurrente con sus amigos; en muchos de los casos es la niñera electrónica. (p. 202)

En cuanto a la programación televisiva destinada al público infantil, en Chile hasta el año 2015 solo un 4% de la parrilla o grilla programática iba destinada a niños y niñas de hasta 12 años de edad, demostrando una tendencia a la baja en contenidos infantiles desde el 2010, año en que la programación para este rango etario era de un 13% del total de la oferta programática (CNTV, 2015). Un dato no menor y preocupante considerando el tiempo que pasan los niños frente al televisor. De acuerdo a Ortega, Pereira e Igartua, (2016):

Los resultados de las principales investigaciones sobre consumos audiovisuales en los últimos años en occidente ya advierten sobre los efectos negativos que una dieta televisiva audiovisual no seleccionada e inapropiada puede tener sobre los hábitos y el comportamiento del público infantil. (p. 50)

La escasa oferta de contenidos infantiles en Chile, queda en evidencia ante el consumo de televisión abierta de niños y niñas en horarios familiares y adultos. Del total de tiempo que dedican a ver televisión, casi un 24% lo destinan a programas pasadas las 22 horas, horario calificado en Chile para mayores de 18 años (CNTV, 2012). Por lo

tanto, están expuestos a contenidos que podrían ser desfavorables para su formación y desarrollo. Según un estudio sobre el consumo televisivo de niños y niñas del gran Santiago en Chile, realizado por E. Vergara, A. Vergara y Chávez (2014), niños de estratos socioeconómicos bajo, en promedio ven 4 a 5 horas de televisión abierta de lunes a viernes, visionado realizado al interior del hogar y generalmente en compañía de sus padres, "ello posibilita un encuentro entre los padres y los niños que es altamente valorado por los primeros, ya que constituye una instancia para comentar los contenidos con sus hijos" (p. 181).

La realidad del consumo televisivo infantil da cuenta de la importancia de contar con programación y contenidos adecuados para ellos, además de formarlos para que hagan un uso responsable de los medios, considerando que utilizan tecnologías que les permiten el acceso, casi sin restricciones, a contenidos audiovisuales y/o televisivos en internet. En esta misma línea, el estudio de Vergara et. al., (2014) concluye que las nuevas tecnologías no han reemplazo a la televisión, sino más bien se trata "de una apropiación y combinación particular de los diferentes medios" (p.184).

Los niños, niñas y adolescentes aprenden, conocen o replican ciertos contenidos vistos en televisión. No hay duda que este medio y otros como internet generan muchos de los conocimientos previos de los escolares, a veces con buenos resultados y otras sencillamente con resultados nefastos, en especial cuando se olvida a la infancia como receptor habitual de las noticias o informativos habituales (Rodríguez, Altamirano & García, 2016). En consecuencia, hay quienes consideran a la televisión dañina para la infancia, cuando no es direccionada responsablemente o bien se rige por cánones comerciales y no por el tipo de público "el acceso a programación inadecuada para cada etapa de desarrollo puede provocar problemas conductuales en los niños por cuanto estos no han sido realizados con formas audiovisuales diseñados para ellos" (Fuenzalida 2011a, citado por Souza 2011, p. 5), pero por otro lado, hay quienes plantean que la televisión es un aporte positivo y rescatable al desarrollo de niños y niñas (Elgueta, Segovia & Venegas, 2013). Fuenzalida (2011b) indica que si el visionado se hace bajo ciertas condiciones, como la mediación de un adulto y el control en cuanto a tiempo destinado a ver televisión, cierta programación infantil "puede ser también una ayuda valiosa para hogares que viven en deprivaciones materiales y culturales; en

efecto, es bastante irreal pedir estimulación infantil precoz y un ambiente estimulador a padres analfabetos, o a familias cuya pobreza los lleva a entregar el cuidado de sus hijos a una vecina” (p. 145).

El estudio de los contenidos emitidos por canales de televisión de São Paulo, Rio Grande do Sul y Salvador de Bahía en Brasil, realizado por Ortega et al., (2016), concluyó que los contenidos de los canales de televisión de señal abierta en Brasil, están destinadas exclusivamente a un público adulto, agregan que hay “una inexistente atención a programas que satisfagan las necesidades de 'servicio público' educativas y de entretenimiento del público infanto-juvenil” (p. 65).

Por ser un estudio cualitativo, más que hipótesis, se establecen algunas anticipaciones de sentido, las que tienen relación con estudios previos de las autoras y el estado actual de la cuestión. En esta línea, los autores Rodríguez, Medrano, Aierbe y Martínez de Morentín (2013), indican que, en el caso de adolescentes, el consumo diario promedio de televisión es de 3 horas en días laborales, aumentando a 3,6 horas los fines de semana. Como agente socializador, la televisión forma parte activa, junto a la familia y la escuela, del proceso de apropiación de valores entre el público infantil y juvenil, así al menos lo indican diversos autores, tales como, (Fuenzalida 2011; Sandoval 200; Rincón 2005; Orozco 2002; Ugalde y Medrano 2014), situación que en el contexto de la presente investigación abordaremos desde una perspectiva educativa o formativa. Planteando como una anticipación de sentido, que los estudiantes reconocen valores y aprendizajes en los contenidos televisivos.

Frente a este panorama y a la escasa programación infantil de la televisión abierta chilena, la investigación tuvo como objetivo, describir las preferencias y hábitos de consumo de programación y contenidos de la televisión abierta nacional por parte de los estudiantes de enseñanza básica de un establecimiento público/rural de la comuna de La Serena y la influencia en el aprendizaje.

II. METODOLOGÍA

Para la realización de este estudio se utilizó un enfoque metodológico cualitativo, ya que apunta a la comprensión del fenómeno en términos de sus significados, haciendo referencia tanto a formas de

aproximación al conocimiento, como a las modalidades de análisis del mismo (Juan & Roussos, 2010).

Se eligió este enfoque, ya que tradicionalmente los estudios de recepción se han centrado en métodos cuantitativos, que de acuerdo Marzal y Casero (2008):

Han priorizado una óptica descriptiva fuertemente anclada en el empleo de técnicas cuantitativas, dando como resultado que los datos y las cifras de audiencia, como los porcentajes de consumo o los perfiles sociodemográficos de los espectadores, resulten claramente insuficientes para entender realmente cómo funciona la recepción y cómo la ciudadanía actúa ante la pantalla. (p. 97)

El muestreo utilizado es no probabilístico y consistió en 41 niños y niñas, que cursan entre quinto y octavo año de escolaridad en el Colegio Caleta San Pedro, localidad que se ubica en la zona costera, a 5 kilómetros al norte de la Ciudad de La Serena. Las edades de los estudiantes que son parte de la muestra varían entre los 10 y 15 años.

Tabla 1. Muestra por nivel escolar

Nivel	Número de alumnos	Edad
Quinto básico	13 estudiantes	10 – 12 años
Sexto básico	8 estudiantes	11 – 13 años
Séptimo básico	9 estudiantes	12 – 15 años
Octavo básico	11 estudiantes	13 – 15 años

Fuente: elaboración propia – 2016.

El establecimiento educacional fue elegido porque corresponde a una escuela pública, ubicada en una zona rural. De acuerdo a estudios del Ministerio de Educación chileno, los estudiantes de esta escuela se encuentran en un nivel socioeconómico medio bajo y en situación de vulnerabilidad (Sistema de Medición de la Calidad de la Educación [SIMCE], 2013). Por otra parte, existía disposición para realizar la investigación de parte de las autoridades educacionales del recinto.

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de grupo focal permitiendo así que con grupos reducidos de niños y niñas se logre obtener sus preferencias televisivas, motivos y lugares de consumo de una manera más profunda y directa. Según Canales (2011) el grupo focal permitiría reconstruir los marcos de actuación de los participantes en ciertas situaciones donde “el

sentido puede pensarse en una doble lógica: En una lógica “simbólico grupal y en una lógica, “práctico individual”, como significado común o como sentido típico de la acción” (p. 280).

Para los grupos focales se elaboraron 26 preguntas abiertas, divididas en primera instancia en tres categorías: Hábitos de consumo/ Preferencias, Control Parental e Influencias, que luego fueron reorganizadas en sub-categorías: Tiempo destinado a ver televisión, Gustos infantiles, Gustos no infantiles, Razones y preferencias, Lugar y medio de consumo televisivo, Actividades simultáneas con la televisión, Control de los padres, Enseñanzas de la televisión, Similitud con la realidad, Efectos de la televisión sobre la conducta de las personas, Rechazo a ciertos contenidos, Uso del tiempo libre y Expectativas por nuevos contenidos en TV.

Se utilizaron preguntas abiertas, porque no llevan implícita de antemano una respuesta y “proporcionan una información más amplia y son particularmente útiles cuando no tenemos información sobre las posibles respuestas de las personas” (Phillips, Phillips & Aaron 2013, citados por Hernández, Fernández & Baptista 2014, p. 221).

La validación del instrumento empleado se realizó recurriendo a la revisión de dos expertos de la Universidad de La Serena, Chile. Posteriormente, se aplicó un instrumento piloto a estudiantes de la escuela Peñuelas de la comuna de Coquimbo, que posee similares características socio-económicas, culturales y geográficas.

El procedimiento analítico consistió en un análisis de contenido cualitativo, comparando los dos niveles educativos más bajos, es decir niños y niñas en igual número de los cursos quinto y sexto año de educación básica y los dos cursos superiores, niños y niñas en igual número de los niveles séptimo y octavo año, en cada una de las categorías.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El primer grupo, denominado para fines prácticos Grupo A, está compuesto por 21 estudiantes, cuyas edades están entre los 10 y 13 años, mientras que el Grupo B lo integran veinte alumnos de entre 12 y 15 años. Cabe mencionar, que si las opiniones de los grupos son parecidas o iguales, solo se hablará en general de los hábitos de consumo televisivo de los niños y niñas de ambos grupos.

En cuanto al tiempo que dedican a ver televisión, los alumnos del Grupo A destinan un promedio de 2 a 5 horas diarias a esta actividad durante la semana, mientras que los fines de semana el consumo televisivo aumenta, llegando incluso a sobrepasar las 5 horas diarias, sobre todo en los estudiantes de 10 u 11 años. En el caso de los estudiantes de quinto año básico, son 7 de 13 estudiantes quienes declararon destinar una buena parte del día a esta actividad. Por otra parte, los estudiantes del Grupo B consumen un promedio de 2 a 3 horas diarias de televisión. Cifra bastante menor en comparación con sus compañeros de cursos inferiores y de menor edad. Situación que reafirma lo señalado en otros estudios de consumo mediático como el de Vergara E, Vergara A y Chávez (2014), es decir, a menor edad más consumo. Sin embargo otros estudios como el del CNTV de Chile, indicaba que el consumo diario de televisión entre niños de 4 y 12 años era de 1,5 horas y 1,9 horas en el caso de niños y adolescentes de 13 a 17 años, cifras bastante menores a las obtenidas en esta investigación (CNTV, 2013).

Cabe señalar, que el consumo televisivo se realiza siempre al interior de su hogar. Estas cifras distan del tiempo destinado a ver televisión de los niños en Europa (2 horas y 29 minutos al día), según el estudio de (Aguaded & Urbano-Cayuela, 2014), y similar a lo mencionado por Duarte-Duarte y Jurado-Jurado (2016), en audiencias de Colombia, y por Vergara et. al., (2014) en Chile.

En relación a sus preferencias televisivas, los estudiantes analizados declararon ver programación no dirigida exclusivamente a ellos, sino a un público joven y adulto, siendo el horario con más alta audiencia el de las 22 horas en adelante, horario calificado en Chile para mayores de 18 años. Estos hallazgos coinciden con lo dispuesto por Suárez (2015), quién señala que en el horario prime time hay niños viendo la televisión, tanto contenidos infantiles, en el caso de que tengan acceso a televisión de pago, como a contenidos para adultos (series como *CSI*), además, al igual que en el caso de esta investigación, Suárez (2015) señala el consumo en *late night* y madrugada, aumenta los días festivos y fines de semana.

Entre los programas más vistos por estos estudiantes destacan: *Los Simpson*, *las telenovelas Chipe Libre*, *Las Mil y Una Noches* y *¿Qué culpa tiene Fatmagül?*, la serie *La Rosa de Guadalupe*, noticieros y dentro de ellos el espacio dedicado al

fútbol. Consumo que ve en sintonía con la investigación realizada por López-Mondéjar y Ballesta (2014), en la Región de Murcia, España, que de igual manera posicionó como uno de los contenidos favoritos de los escolares de educación primaria, las series para adultos, “los niños aparecen muy atraídos por una programación que tiene por finalidad entretener a los adultos. Así, entre este tipo de programas señalamos algunos como Los Simpson, Futurama, Padre de Familia” (p.161-162).

Cabe mencionar, que un grupo minoritario de estudiantes declaró ver programas destinados a la audiencia infantil, dos de ellos emitidos por señal abierta de televisión: Los Pitufos y *Pucca*. Las otras preferencias son contenidos emitidos por la señal de televisión de pago: *Peppa la cerdita*, *Kick Buttowski*, *Los Caballeros del Zodiaco* y el bloque de películas *Cine Mágico* transmitido por *Disney Channel*. En el caso de los escolares de mayor edad, sobre los 13 años hubo reiteración en ver la serie chilena *Sudamerican Rockers* emitida por el canal Chilevisión pasadas las 22:30 horas y que narra la vida musical y personal del grupo chileno de rock *Los Prisioneros*. Situación que corrobora lo señalado por (Liceras 2014; Ortega et al., 2016; o López-Mondéjar y Ballesta 2014), acerca del acceso que tienen niños y niñas a contenidos inadecuados para su edad en la televisión.

Las respuestas de los escolares evidencian que existe una confusión o más bien no diferencian entre lo que emite la televisión abierta chilena y los contenidos que ven a través de la televisión de pago o cable. Las principales razones de ambos grupos para ver televisión coinciden, siendo el principal motivo entretenerse y relajarse, se infiere de sus declaraciones que más bien es una actividad para los momentos de ocio. La segunda razón más común es informarse, preferentemente a través de los noticieros.

En relación al medio por el que ven televisión, la mayoría usa el televisor como medio para ver sus programas favoritos. Sin embargo, varios estudiantes declararon haber utilizado en algunas ocasiones plataformas como internet para realizar esta actividad. Por otra parte, la mayoría de los estudiantes ve televisión en sus dormitorios, ya que, cuentan con un televisor en su habitación. Del total de estudiantes que participan de la muestra, solo cinco no tienen televisor en sus habitaciones y ven televisión en otros espacios comunes del hogar.

Los estudiantes de ambos grupos no se concentran solamente en ver televisión, sino que realizan otras actividades simultáneas, como jugar *Play Station*, comer, usar el celular y estar en el computador. Solo tres alumnos se concentran solo en ver televisión. Cabe destacar que, de todas las actividades mencionadas por los niños, solo cinco estudiantes declararon hacer las tareas o estudiar viendo televisión, porque la mayor parte de ellos señaló desconcentrarse con el televisor.

En la categoría acerca del control parental, la mayoría de los alumnos del Grupo A declaró ver televisión casi siempre acompañado por un adulto o alguien de similar edad a ellos. Dos de los escolares participantes de la muestra señalaron ver televisión sin compañía durante el día y acompañados en la noche. En el Grupo B en tanto, existe una división entre quienes ven televisión a solas y quienes lo hacen acompañados, generalmente por un adulto o persona de edad similar a ellos. Al respecto, la tendencia demuestra que es más usual ver televisión en compañía de otros niños o adultos, tal como lo señala (Sandoval-Romero y Aguaded 2016). Sobre los contenidos que ven, a la mayoría de los escolares se les prohíbe ver programas con alto contenido sexual y violento, como la telenovela *Chipe Libre* o la serie *Infieles*. Sin embargo, gran parte de los niños y niñas manifiestan burlar el control de sus padres y ver los programas prohibidos. Dos estudiantes de 12 y 13 años, declararon que sus padres les prohíben ver las teleseries nocturnas *Chipe Libre* e *Infieles*, debido a su contenido sexual, sin embargo, logran burlar el control utilizando por ejemplo aparatos celulares.

A modo de referencia, la tabla 2 muestra por nivel educativo, cuántos estudiantes ven televisión sin ninguna compañía, acompañados o bajo las dos circunstancias.

Tabla 2. Compañía al momento de ver televisión

Curso/edad	Solos	Acompañados	A veces solos y a veces acompañados
Quinto básico (10 a 12 años)	2	2	8
Sexto básico (11 a 13 años)	3	3	2
Séptimo básico (12 a 15 años)	3	3	1
Octavo básico (13 a 15 años)	6	1	4
Total de estudiantes	14	9	15

Fuente: elaboración propia – 2016.

Los estudiantes que fueron parte de la muestra reconocen que la televisión les entrega valores y enseñanzas, tanto en el plano académico como personal. La mayoría de los estudiantes de entre 10 y 13 años, capta los valores que les transmiten ciertos programas y/o contenidos, logrando identificar algunos aportes de la televisión. Además, señalaron que algunas veces los contenidos les han servido en el ámbito académico, ya sea para rendir una prueba o hacer alguna tarea: “En clases de lenguaje, cuando la señorita nos enseñó a hacer la noticia y me di cuenta que la noticia de la televisión es la misma que está en la noticia escrita” (E 17, 11 años). Por otra parte, en el grupo de niños de mayor edad, existen opiniones divididas, por un lado, la totalidad de los estudiantes de octavo año básico declaró que la televisión no les enseña nada y que tampoco les ha servido en el aspecto académico, mientras que la mayoría de los alumnos de séptimo básico, dijeron que la televisión les enseñaba a través de algunos contenidos: “Enseña cómo prevenir los temblores” (E8, 12 años); “A mí me sirvió para la prueba de Ciencias Naturales” (E,12, 11años). Pese a algunas posturas, la televisión mantiene -se quiera o no- un interesante potencial educativo como lo han asegurado autores como (Fuenzalida 2011; Aguaded y Urbano-Cayuela 2014; Pérez Tornero 2013 o Rodríguez et al., 2016). Al respecto, Medrano (2006) señala que “la televisión presenta formatos diferentes a los libros de textos, materiales de instrucción u otras fuentes de aprendizaje. Otros estudiantes, agregaron además de algunas series de ficción, les entregan ciertas enseñanzas: “La Rosa de Guadalupe sí enseña, a no hacer lo mismo del amigo” (E26, 13 años). Los contenidos televisivos representan un complejo sistema simbólico que requieren una decodificación antes de poder ser comprendidos por los alumnos, e incluso, por muchos adultos” (p.100), La educación en medios o la denominada alfabetización en medios de comunicación (Sandoval-Romero & Aguaded, 2016; Aguaded, 2013) cobra suma relevancia para poder encausar de manera positiva el potencial educativo de la televisión.

Los estudiantes declararon no sentirse representados con las personas o personajes que aparecen en televisión, en especial en cuanto a aspecto físico y a la forma de vida que tienen. Existen opiniones divididas en las respuestas ante la pregunta de si les gustaría verse representados en la televisión, ya que a una parte de los niños del Grupo A les gustaría ver personas como ellos y otros están conformes con lo

que ven actualmente. Por otra parte, los escolares del Grupo B, ante la pregunta: ¿Ustedes sienten que las personas que aparecen en la televisión se parecen a ustedes? respondieron al unísono y de manera rotunda que no, asimismo al preguntarles en qué se diferencian las personas que aparecen en pantalla con ellos, dijeron que, en todo, “no, no se parecen porque ellos son de otra sociedad, de otra situación económica (E30, 14 años). Seis escolares cuyas edades fluctúan entre los 13 y 15 años, es decir los que cursan octavo año, señalaron que les gustaría verse representados en la televisión.

La mayoría de los niños del Grupo A percibe que la televisión influye en la conducta de las personas, ya que declararon haber visto a niños más pequeños imitar a personajes que aparecen en televisión. Cabe destacar que estos escolares no ven efectos sobre ellos mismos, sino en terceros. Para los estudiantes del Grupo B, las percepciones están divididas entre quienes creen que la televisión influye en la conducta de las personas, sobre todo en terceros y aquellos que piensan que la televisión no incide de ninguna manera en la vida de las personas; respuestas que nos llevan a recordar la controvertida teoría de la influencia personal de (Katz y Lazarfeld 2009). Por otra parte, a la mayoría de los estudiantes les molestan algunos contenidos vistos reiteradamente en televisión, especialmente la violencia presente en programas como telenovelas, deportes y noticias, “cuando en las novelas les pegan a las mujeres, me da rabia” (E27, 13 años). En esta categoría se nombró en más de una ocasión, a la teleserie turca *¿Qué culpa tiene Fatmagül?* que en su primer capítulo aborda la violación de la joven protagonista.

Ver televisión no está entre las actividades favoritas de ninguno de los escolares, por lo que se confirma la migración de estas audiencias a otros formatos o soportes. Ellos señalaron preferir jugar o salir con amigos. Si bien los participantes del estudio manifestaron que ven televisión dentro de las actividades que realizan a diario y en algunos casos apenas llegan del colegio, ver televisión, no es prioridad a la hora de elegir qué hacer en el tiempo libre.

Respecto a si la televisión les enseña algo, los participantes del Grupo A son los más entusiastas al responder. En término de valores o actitudes se destacan que algunos contenidos los incita evitar el consumo de drogas, a ser respetuosos con sus

padres y a ser buen compañero, en estos casos, los escolares señalaron que lo habían aprendido en la teleserie *La Rosa de Guadalupe*.

Finalmente, en cuanto a lo que les gustaría ver en televisión, a la mayoría de los estudiantes del Grupo A les gustaría ver programas con contenidos que los ayuden a ser mejores estudiantes y personas. Todos los niños y niñas del Grupo B les gustaría ver contenidos que los ayuden a ser mejores estudiantes y solo seis alumnos declararon que les gustaría ver programas que los ayuden a ser mejores personas. Cabe mencionar que estos alumnos anhelan el regreso de programas con contenido educativo, pero en un formato de entretenimiento, tales como *El último pasajero* y *¿Sabes más que un niño de 5° básico?*, que actualmente no se transmiten por la televisión abierta chilena. Entre las materias más recurrentes mencionadas por los estudiantes, destacan matemáticas, lenguaje e inglés, como contenidos académicos que les gustaría ver en televisión.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaran de no tener ningún conflicto de intereses.

AGRADECIMIENTO

El presente estudio contó con el apoyo de la Escuela de Periodismo, Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de La Serena.

Agradecemos a toda la comunidad educativa del Colegio Caleta San Pedro de La Serena, por su compromiso y colaboración durante el trabajo realizado por las investigadoras.

V. CONCLUSIONES

Destaca en los resultados que el consumo televisivo de los niños y niñas es menor conforme van creciendo, disminuyendo de un promedio de 5 horas diarias en alumnos de quinto básico, durante el fin de semana, a 2 horas diarias en estudiantes de octavo básico, quienes prefieren realizar otras actividades en su tiempo libre, entre las que destacan jugar con dispositivos tecnológicos (*PlayStation* o celular), y salir a compartir con sus amigos. Lo que explicaría esta situación, es que los estudiantes que cursan los dos niveles superiores (13 a 15 años) poseen mayor libertad en cuanto a qué hacer con su tiempo libre y claramente ver

televisión no está entre sus prioridades. Mientras que el mayor consumo de los más pequeños se explicaría por la ausencia de los padres por trabajo u otros motivos, falta de actividades extracurriculares y menos libertad para salir a jugar a la calle solos. Cabe señalar que los niños y niñas participantes de la muestra, viven en una caleta de pescadores ubicada a cuatro kilómetros de la zona urbana más cercana.

Otro aspecto relevante que arrojó este estudio, es que los estudiantes ven programación no dirigida a ellos, sino a un público joven y adulto, siendo el horario más sintonizado desde las 22 horas en adelante, horario calificado en Chile para mayores de 18 años. En esta misma línea y en relación a la elección de los programas vistos en televisión, a la mayoría de los alumnos les prohíben ciertos programas, especialmente aquellos con alto contenido sexual y violento, sin embargo, son ellos quienes escogen qué ver. Cabe destacar que los programas que les prohíben son los preferidos en cuanto al consumo de estos niños, por lo tanto, burlan el control de sus padres y logran verlos de igual forma.

Se puede concluir entonces, que pese a que existe preocupación por parte de los padres sobre el consumo televisivo de sus hijos, según lo declarado por los mismos niños, este control no es estricto y tampoco hay sanciones si se quedan viendo televisión hasta la madrugada. Llama la atención que en algunos casos, los escolares declararon que ven televisión hasta pasada la 1 AM, siendo que al día siguiente deben cumplir con obligaciones escolares a primera hora.

La mayoría de los estudiantes dijo ver televisión acompañados, ya sea por alguien mayor o un par (hermano u otro familiar). En este punto, los alumnos de menor edad, ven menos televisión en compañía de un adulto, en comparación con los estudiantes de mayor edad, situación que podría provocarse porque a los 13 o 15 años tienen gustos similares con los adultos, por lo tanto comparten el tiempo y la programación. No queda muy claro si existe mediación parental ante ciertos contenidos, pese a ello, la serie *Los Simpson*, sigue siendo una de las más preferidas, según lo declarado por los escolares.

Todos los participantes de los grupos focales, alguna vez han tenido televisión en sus dormitorios y en la actualidad los que no tienen es solo por defectos

técnicos. La mayoría de ellos cuenta con televisores en sus habitaciones, lo que explica el dominio de estos sobre el control remoto. En cuanto al medio por el que consumen televisión, casi todos los alumnos prefieren el aparato tradicional, lo cual llamó la atención, porque en la actualidad la tecnología está presente en todos los ámbitos de la vida y estos alumnos manifestaron tener varios aparatos tecnológicos a su disposición, por lo tanto, en este estudio se evidencia que las nuevas tecnologías no reemplazan a la televisión, más bien se genera una convergencia en el uso de estos dispositivos.

Otro hallazgo es el hecho de que ningún participante se siente realmente identificado ni representado por quienes aparecen en televisión, ya sea en aspectos físicos, que fue lo más mencionado, como en la forma de vida.

En cuanto a la influencia de la televisión, la mayoría no reconoce influencia directa en ellos, sino que en terceras personas, como hermanos o primos, reconociendo que “los otros” imitan a personajes de la televisión como al protagonista de la serie *Ben 10*. Se puede concluir que la influencia de la televisión es indirecta y no inmediata. En esta misma línea, para la mayoría de estos niños, los contenidos de violencia y el hablar mal de otras personas son valorados como negativos y les provocan rechazo. En sentido contrario, más de la mitad de los niños y niñas de la muestra, reconocen que la televisión les entrega valores y enseñanzas tanto en el plano académico como personal.

113

No hay rechazo a los contenidos propios de la educación formal, enseñanza de las matemáticas, lenguaje o inglés, pero sí hay rechazo a la violencia mostrada en la ficción televisiva hacia las mujeres. Si bien, la televisión abierta chilena cumple con explicitar franjas horarias destinadas a distintas audiencias, el bloque dirigido al segmento infantil, no es prioridad, lo cual resulta evidente. Tan solo un participante de la muestra reconoce que existe un bloque infantil en la televisión chilena.

El apagón analógico en Chile está planificado para el año 2020, fecha en que la actual televisión desaparecerá para dar paso a la era digital. Las expectativas hacia la televisión digital son altas. Se promete interactividad, diversidad y mejor calidad. Asimismo, el Gobierno de Chile presidido por la presidenta Michelle Bachelet anunció la implementación de un canal educativo y cultural

para el país, por lo tanto, hay un contexto propicio para generar los cambios que las audiencias exigen y necesitan.

Representatividad, contenidos educativos, contenidos valóricos, contenidos sin violencia, son algunas peticiones concretas que se pueden inferir a partir de este estudio realizado en la pequeña “Caleta San Pedro” en Chile. Inquietudes que podrán dilucidarse en algunos años más.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, J.I & Urbano-Cayuela, R. (2014). Nuevo modelo de enseñanza europeo a través del prosumidor infantil televisivo. *Revista Comunicación y Hombre*. N°10, pp. 131-142. Recuperado el 27 de diciembre de 2016. Disponible en www.comunicacionyhombre.com/pdfs/10_inve_aguadedyurbano.pdf
- Duarte-Duarte J. & Jurado-Jurado J.C. (2016) Consumo televisivo de padres y niños y recepción de las representaciones de autoridad agenciadas por la televisión. *Palabra Clave*, Vol.19, N°2, pp.607-629. doi: 10.5294/pacla.2016.19.2.11
- Elgueta, A., Segovia, C., & Venegas, E. (2013). Televisión y niños: Análisis del consumo y preferencias televisivas en escolares de entre 8 y 10 años de la Provincia de Concepción. *Red Infancia & Comunicación*. Recuperado de https://www.academia.edu/2570320/TELEVISION_Y_NIÑOS_Análisis_del_consumo_y_preferencias_televisivas_en_escolares_de_entre_8_y_10_años_de_la_Provincia_de_Concepción
- Fuenzalida, V. (2011a). Resignificar la educación televisiva: desde la escuela a la vida cotidiana. *Comunicar*, Vol.18, N° 36, pp.15-24. doi:10.3916/C36-2011-02-01
- Fuenzalida, V. (2011b). Políticas públicas en ambiente televisivo digital. La oportunidad cultural-industrial de la TV infantil. *Revista Matrices*. Vol. 4, N° 2, pp. 141-163. Recuperado de http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20110617/a_socfile/20110617114451/tv_digital_infantil_brasil.pdf

- García R & Torres C. (2009). El vínculo infancia-televisión en la sociedad actual. Análisis de la programación televisiva infantil española. *Enseñanza & Teaching: Revista Interuniversitaria de Didáctica*. Vol. 27, N° 2, pp. 103-122. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3232165>
- Gómez, D. (2011). Análisis de contenido de programas infantiles transmitidos en la televisión abierta mexicana: ¿violencia, valores o variables de calidad? *ComHumanitas*, Vol. 2, N° 1, pp.191-203. Recuperado de <http://revistas.comunicacionudlh.edu.ec/index.php/comhumanitas/article/view/24/24>
- Juan, S & Roussos, A. (2010). *El focus groups como técnica de investigación cualitativa*. Documento de Trabajo N° 256, Universidad de Belgrano. Recuperado de <http://www.ceppia.com.co/Herramientas/Herramientas/Manual-Focus-Group.pdf>
- Liceras Ruiz, A. (2014) La educación informal de los medios de comunicación y la protección de los menores de la violencia en televisión: Historia de un fracaso. *Profesorado Revista de currículum y formación del profesorado*. Vol. 18, N° 2, pp.353-365. Recuperado de <http://www.ugr.es/local/recfpro/rev182COL12.pdf>
- Marzal, J. & Casero, A. (2008). La investigación sobre la televisión local en España: nuevas agendas ante el nuevo reto de la digitalización. *Zer*, Vol. 13, N°25, pp. 83-106. Recuperado de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer25-04-marzal.pdf>
- Ortega, F., Pereira-Galhardi, C. & Igartua, J.J. (2016). Análisis de las producciones mediáticas en Brasil frente a las audiencias infanto-juveniles: una aproximación cuantitativa. *Communication & Society*, Vol. 29, N° 3, pp. 49-68. Recuperado de https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=583
- Rodríguez, A., Medrano, C., Aierbe, A. & Martínez de Morentín, J (2013). Perfil de consumo televisivo y valores percibidos por los adolescentes: un estudio transcultural. *Revista de Educación*. N° 361, pp. 513-538. doi: 10.4438/1988-592X-RE-2013-361-231
- Rodríguez, C., Altamirano, M. & García, M. (2016). Televisión educativa y desastres naturales: estudiantes chilenos y sus profesoras valoran uso del video en el aula. *Revista Actualidades Investigativas en Educación*. Vol. 16, N° 2, pp. 1-24. doi: <http://dx.doi.org/10.15517/aie.v16i2.23926>
- Sandoval, M. (2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. *Universitas Psychologica*, Vol. 5, N° 2, pp. 205-222. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S16592672006000200002&script=sci_arttext&tlng=en
- Sandoval-Romero, Y., & Aguaded, J.C. (2016). Hábitos y consumos mediáticos de menores en Cali (Colombia). Respuestas reales utilizando etnografía de audiencias. *Revista Internacional de investigación e innovación educativa*. N° 6, pp. 35-45. Recuperado de <https://www.upo.es/revistas/index.php/IJERI/article/view/1730>
- Souza, M.D. (2011). *Preescolares y televisión*. Consejo Nacional de Televisión. Santiago de Chile: Recuperado de http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/pre_escolares_y_tv.pdf
- Steiner, D. (2008). Are you smarter than A 5th grader? *Education Next*, 8 (1). Recuperado de <http://educationnext.org/are-you-smarter-than-a-5th-grader/#>
- Pérez Tornero,J.(2013). Midiendo la alfabetización mediática en Europa 2005-2010. (Informe). Barcelona: Gabinete Comunicación y Educación. Recuperado de http://www.mediamentor.org/files/attachments/Yearbook_2005-2010.pdf
- Ugalde, L.& Medrano, C. (2014). Valores percibidos en la televisión por adolescentes de diferentes contextos culturales. *INFAD Revista de Psicología*, Vol. 1, N° 3, pp. 315-324.

<http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2014.n1.v3.509>

Vergara, E., Vergara, A. & Chávez, P. (2014). Televisión e infancia. Una aproximación comparativa y etnográfica al consumo televisivo en niños chilenos de estratos socioeconómicos medio-alto y bajo. *Cuadernos.info*, N° 35, pp. 177-187. doi: 10.7764/cdi.35.637

Canales Cerón, M. (Ed). (2011). *Metodología de la investigación social. Introducción a los oficios*. Santiago: Lom Ediciones.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. 6ta ed. México: McGraw-Hill/Interamericana editores, S.A. de C.V.

Katz, E. & Lazarsfeld, P. (2009). *Personal Influence. The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. 2da ed. United States of America: Transaction Publisher.

Rincón, O. (Ed). (2005). *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

López-Mondéjar, L & Ballesta, F. Estudio sobre el consumo televisivo de los escolares de educación primaria de la Región de Murcia. En Martínez-Artero, R y Alonso Roque, J (Eds). *Investigación Educativa en Educación Primaria*, pp.157-168. Universidad de Murcia. EDITUM Ediciones Universidad de Murcia. Recuperado de libros.um.es/editum/catalog/view/1151/1821/1421-1

Suárez, Valero, J. (2015). *Niños noctámbulos: Consumo infantil de televisión en las bandas*

Access prime time, prime time y late night"en 2007 y 2013. (Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de : <http://eprints.ucm.es/34430/1/T36714.pdf>

Consejo Nacional de Televisión de Chile. (2015). *Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de Televisión Abierta 2015*. Recuperado de http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20160526/asocfile/20160526153539/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_de_tv_abierta_2015.pdf

Consejo Nacional de Televisión de Chile. (2014). *VIII Encuesta Nacional de Televisión*. Recuperado de http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20151209/asocfile/20151209124713/viii_encuesta_nacional_de_televisi_n.pdf

Consejo Nacional de Televisión de Chile. (2013). *Reseña conductas que se pueden aprender viendo programas infantiles*. Recuperado de http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20131217/asocfile/20131217170626/resen_a_15_conductas_que_se_pueden_aprender_viendo_programas_infantiles_plantilla_2013.pdf

Consejo Nacional de Televisión de Chile. (2012). *Reseña: ¿Qué ofrecen los canales de televisión y qué ven los niños?* Recuperado de http://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20120528/asocfile/20120528144621/rese_a_ni_os_y_tv_mayo_12.pdf

Sistema Nacional de Evaluación de Resultados de Aprendizaje de Chile. (2013). *Resultados educativos Colegio Caleta San Pedro*. Recuperado de <http://www.simce.cl/ficha/?rbd=562>