

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE FILOSOFÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL**

ESTUDIO DE LA RECEPCIÓN DEL PROGRAMA CULTURAL
“EXPRESARTE” EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA Y
OTRA PRIVADA, ENTRE ABRIL Y MAYO DE 2014, EN SIETE CANALES
DE SEÑAL ABIERTA.

AUTORA

STEFANÍA LISSETTE HIDALGO ENCALADA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TUTOR

ALLEN PANCHANA MACAY

GUAYAQUIL- ECUADOR

2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Stefanía Lissette Hidalgo Encalada** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Licenciada en Comunicación Social**

TUTOR (A)

Allen Panchana Macay

REVISOR(ES)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Efraín Luna

Guayaquil, a los 24 del mes de septiembre del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Stefanía Lissette Hidalgo Encalada**

DECLARO QUE:

El trabajo de titulación “Estudio de la recepción del programa cultural “Expresarte” en estudiantes de una Universidad pública y otra privada, entre abril y mayo de 2014, en siete canales de señal abierta”, previa a la obtención del Título **de Licenciada en Comunicación Social** ha sido desarrollado con base en una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente, este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación referido.

Guayaquil, a los 24 del mes de septiembre del año 2014

EL AUTOR (A)

Stefanía Lissette Hidalgo Encalada



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Stefanía Lissette Hidalgo Encalada**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del trabajo de titulación: “Estudio de la recepción del programa cultural “Expresarte” en estudiantes de una Universidad pública y otra privada, entre abril y mayo de 2014, en siete canales de señal abierta”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 24 del mes de septiembre del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Stefanía Lissette Hidalgo Encalada

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, en primer lugar, por darme la fortaleza para concluir con esta, que es una de mis metas, a mi padre por ser mi apoyo incondicional, al equipo de Expresarte por haber estado dispuestos a ayudarme, a la ingeniera Clara Bograd y a mis maestros en general.

Gracias por sus consejos y sugerencias para terminar este proyecto de investigación.

Stefanía Lissette Hidalgo Encalada

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios y a mi madre, que sé, estaría orgullosa por todos mis logros obtenidos.

Stefanía Lissette Hidalgo Encalada

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

PROFESOR DELEGADO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE FILOSOFÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL

CALIFICACIÓN

PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

ÍNDICE GENERAL

Contenido

AGRADECIMIENTO	I
DEDICATORIA	II
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.....	3
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	4
1.3. JUSTIFICACIÓN	6
1.4. OBJETO DE ESTUDIO	8
1.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.5.1. POSIBLES CAUSAS Y CONSECUENCIAS DEL PROBLEMA.....	9
1.5.1.1. CAUSAS.....	9
1.5.1.2. CONSECUENCIA.....	10
1.6. COBERTURA Y LOCALIZACIÓN.....	10
1.7. OBJETIVOS:.....	11
1.7.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
1.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
1.8. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN	11
CAPÍTULO 2.....	12
2. MARCO TEÓRICO	12

2.1.	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12
2.1.1.	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA.....	12
2.1.2.	INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA	14
2.2.	FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA	15
2.3.	FUNDAMENTACIÓN COMUNICACIONAL	17
2.3.1.	LA TELEVISIÓN EN ECUADOR	18
2.3.2.	EL RATING O MEDIDOR DE AUDIENCIA	19
2.3.3.	TELEVISIÓN EDUCATIVA	20
2.4.	CULTURA	22
2.4.1.	CULTURA Y SOCIEDAD.....	22
2.4.2.	LA CULTURA COMO FORMACIÓN EN LA SOCIEDAD	24
2.4.3.	IMPORTANCIA DE LA CULTURA COMO PRESERVACIÓN DE LA IDENTIDAD PROPIA.....	25
2.4.4.	TELEVISIÓN CULTURAL	27
2.5.	LOS IMAGINARIOS	28
2.6.	DISCURSO TELEVISIVO DIRIGIDO AL PÚBLICO JUVENIL.....	31
2.7.	PRODUCCIÓN NACIONAL EN ECUADOR	32
2.7.1.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	36
CAPÍTULO 3.....		38
3.	METODOLOGÍA	38
3.1.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	38
3.2.	ENFOQUE METODOLÓGICO	38
	CUANTITATIVO:.....	38
	CUALITATIVO:	39
3.3.	UNIDAD DE ANÁLISIS, POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
3.4.	CRITERIOS DE RECOLECCIÓN DE LA MUESTRA.....	41
3.5.	INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	41

3.6. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS	42
3.7. VARIABLES	42
CAPÍTULO 4.....	43
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	43
4.1. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD	43
4.2. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS	46
4.2.1. NIVEL DE RECEPCIÓN DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA Y PÚBLICA.....	46
4.2.2. TENDENCIA ESTADÍSTICA DE LOS SUJETOS ESTUDIADOS.....	62
4.3. RESULTADO DE LOS GRUPOS FOCALES.....	74
4.3.1. OPINIÓN.....	74
4.3.2. TEMÁTICAS.....	74
4.3.3. TEMAS QUE DESERÍAN INCLUIR	75
4.3.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA EXPRESARTE POR PARTE DE LOS SUJETOS ESTUDIADOS	75
4.3.5. ASPECTOS QUE CAMBIARÍAN LOS SUJETOS ESTUDIADOS DEL PROGRAMA EXPRESARTE	76
4.4. CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA EXPRESARTE	76
4.4.1. TEMÁTICAS.....	76
4.4.2. ESTRUCTURA	77
4.4.3. EXTENSIÓN	78
4.5. CONTENIDO DE LOS NUEVE PROGRAMAS ANALIZADOS EN ABRIL Y MAYO DEL 2014 DEL PROGRAMA EXPRESARTE	79
4.6. ÍNDICES DE AUDIENCIA O RATING	85
4.6.1. MARKET SHARE	85
4.6.2. TENDENCIAS MENSUALES POR CANAL.....	87
4.6.2.1. ECUAVISA.....	87
4.6.2.2. TELEAMAZONAS	88
4.6.2.3. GAMA TV.....	89
4.6.2.4. TC TELEVISIÓN	90
4.6.2.5. RTS.....	91
4.6.2.6. CANAL UNO.....	92
4.6.2.7. ECUADOR TV.....	93
4.6.3. COMPOSICIÓN DE AUDIENCIA	94

4.7. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS PLANTEADA	108
CAPÍTULO 5.....	110
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	110
5.1. CONCLUSIONES.....	110
5.2. RECOMENDACIONES.....	112
6. BIBLIOGRAFÍA.....	114
ANEXOS.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1 Géneros de programas ofrecidos por la TV Fuente: Obitel Ecuador</i>	<i>34</i>
<i>Tabla 2 Los 10 títulos más vistos: Origen, rating, share Fuente: Obitel Ecuador</i>	<i>35</i>
<i>Tabla 3 Número de estudiantes en la Carrera de Comunicación Social Fuente: Universidad Católica- FACSO</i>	<i>40</i>
<i>Tabla 4 Monitoreo del programa Expresarte en abril y mayo del 2014 Fuente: La Autora</i>	<i>80</i>
<i>Tabla 5 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Teleamazonas Fuente: Ecuavisa</i>	<i>88</i>
<i>Tabla 6 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Gama Tv Fuente: Ecuavisa</i>	<i>89</i>
<i>Tabla 7 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Tc Televisión Fuente: Ecuavisa</i>	<i>90</i>
<i>Tabla 8 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-RTS Fuente: Ecuavisa</i>	<i>91</i>
<i>Tabla 9 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Canal Uno Fuente: Ecuavisa</i>	<i>92</i>
<i>Tabla 10 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Ecuador Tv Fuente: Ecuavisa</i>	<i>93</i>
<i>Tabla 11 Número del Universo de targets Fuente: I Bope</i>	<i>94</i>
<i>Tabla 12 Rating de abril del 2014 Fuente: Ecuavisa</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 13 Rating de abril del 2014 en número de hogares Fuente: Ecuavisa</i>	<i>119</i>
<i>Tabla 14 Rating de mayo del 2014 Fuente: Ecuavisa</i>	<i>120</i>
<i>Tabla 15 Rating de mayo en número de hogares Fuente: Ecuavisa</i>	<i>120</i>
<i>Tabla 16 Medición del rating en los siete canales de transmisión abierta, del 12 de abril del 2014 Fuente; Ecuavisa</i>	<i>121</i>
<i>Tabla 17 Medición del rating en los siete canales de transmisión abierta, del 17 de mayo del 2014 Fuente; Ecuavisa</i>	<i>121</i>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<i>Ilustración 1 Pregunta 1.- ¿Sintoniza usted programas culturales? Universidad privada.....</i>	<i>46</i>
<i>Ilustración 2 pregunta 1.- ¿Sintoniza usted programas culturales? Universidad Pública.....</i>	<i>47</i>
<i>Ilustración 3 Pregunta 2.- ¿Conoce usted un programa cultural en los siete canales de transmisión abierta? Universidad privada</i>	<i>48</i>
<i>Ilustración 4 Pregusta 2.- ¿Conoce usted un programa cultural en los siete canales de transmisión abierta, Universidad pública</i>	<i>49</i>
<i>Ilustración 5 Pregunta 3.- ¿Conoce usted el programa Expresarte?, Universidad privada.....</i>	<i>50</i>
<i>Ilustración 6 ¿Conoce usted el programa Expresarte, Universidad pública.....</i>	<i>51</i>
<i>Ilustración 7 Pregunta 4.- ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? Universidad privada</i>	<i>53</i>
<i>Ilustración 8 Pregunta 4.- ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? Universidad pública</i>	<i>53</i>
<i>Ilustración 9 Pregunta 5.- ¿El/Los temas que presentan son de su interés?, Universidad privada</i>	<i>54</i>
<i>Ilustración 10 Pregunta 5.- ¿El/Los temas que presentan son de su interés?, Universidad pública</i>	<i>55</i>
<i>Ilustración 11 Pregunta 6.- ¿De los temas que presentan el programa Expresarte, elija solo un ítem del género artístico que prefiere ver: Universidad pública</i>	<i>57</i>
<i>Ilustración 12 Pregunta 6.- ¿De los temas que presentan el programa Expresarte, elija solo un ítem del género artístico que prefiere ver: Universidad privada.....</i>	<i>56</i>
<i>Ilustración 13 Pregunta 7.-¿Cómo cataloga el programa Expresarte? Universidad privada.....</i>	<i>58</i>
<i>Ilustración 14 Pregunta 7.-¿Cómo catalogan el programa Expresarte? Universidad pública.....</i>	<i>59</i>
<i>Ilustración 15 Pregunta 8.- ¿En qué canal habitualmente usted sintoniza el programa Expresarte Universidad privada.....</i>	<i>60</i>
<i>Ilustración 16 Pregunta 8.- ¿En qué canal habitualmente usted sintoniza el programa Expresarte Universidad pública</i>	<i>61</i>
<i>Ilustración 17 ¿Conoce usted el programa Expresarte por edad U. privada.....</i>	<i>62</i>
<i>Ilustración 18 ¿Conoce usted el programa Expresarte? por edad U. pública</i>	<i>63</i>

<i>Ilustración 19 ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte?, Universidad privada.....</i>	<i>64</i>
<i>Ilustración 20 ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? Por edad, Universidad pública</i>	<i>65</i>
<i>Ilustración 21 ¿Cómo cataloga el programa Expresarte U. privada</i>	<i>66</i>
<i>Ilustración 22 ¿Cómo cataloga el programa Expresarte U. pública.....</i>	<i>67</i>
<i>Ilustración 23 ¿Conoce usted el programa Expresarte? por género, Universidad privada.....</i>	<i>68</i>
<i>Ilustración 24 ¿Conoce usted el programa Expresarte? por género, Universidad pública.....</i>	<i>69</i>
<i>Ilustración 25 ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? por género Universidad privada.....</i>	<i>70</i>
<i>Ilustración 26 ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? por género Universidad pública</i>	<i>71</i>
<i>Ilustración 27 ¿Cómo cataloga el programa Expresarte? por género, Universidad privada.....</i>	<i>72</i>
<i>Ilustración 28 ¿Cómo cataloga el programa Expresarte? por género, Universidad pública.....</i>	<i>73</i>
<i>Ilustración 29 Gráfico en porcentajes sobre los temas artísticos transmitidos en abril y mayo del 2014</i>	<i>81</i>
<i>Ilustración 30 Market Share o Participación de mercado de la ciudad de Guayaquil en Abril y mayo del 2014. Fuente: Ecuavisa</i>	<i>86</i>
<i>Ilustración 31 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Ecuavisa, abril 2014 Fuente: Ecuavisa</i>	<i>95</i>
<i>Ilustración 32 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Ecuavisa, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa</i>	<i>95</i>
<i>Ilustración 33 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Teleamazonas, abril 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>97</i>
<i>Ilustración 34 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Teleamazonas, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>97</i>
<i>Ilustración 35 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Gama Tv, abril 2014 Fuente: Ecuavisa</i>	<i>98</i>
<i>Ilustración 36 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Gama Tv, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa</i>	<i>99</i>

<i>Ilustración 37 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Tc Televisión, abril 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>100</i>
<i>Ilustración 38 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Tc Televisión, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>101</i>
<i>Ilustración 39 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- RTS, abril 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>102</i>
<i>Ilustración 40 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- RTS, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>103</i>
<i>Ilustración 41 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Canal Uno, abril 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>104</i>
<i>Ilustración 42 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Canal Uno, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>105</i>
<i>Ilustración 43 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Ecuador Tv, abril 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>106</i>
<i>Ilustración 44 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Ecuador Tv, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa.....</i>	<i>107</i>
<i>Ilustración 45 ¿Qué tipo de Tv dispone y ve habitualmente? Universidad Privada.....</i>	<i>121</i>
<i>Ilustración 46¿Qué tipo de Tv dispone y ve habitualmente? Universidad pública.....</i>	<i>121</i>

RESUMEN (ABSTRACT)

La investigación **“Estudio de la recepción del programa cultural “Expresarte” en estudiantes de una Universidad pública y otra privada, entre abril y mayo de 2014, en siete canales de señal abierta”** tiene como objetivo general identificar las valoraciones numéricas y perceptivas de cómo ven los jóvenes un programa cultural y cuántos lo ven mediante un estudio probabilístico de una muestra de diferentes sujetos; por un lado, estudiantes de los primeros ciclos de una Universidad pública y estudiantes de los primeros ciclos de una Universidad privada.

El propósito es demostrar cuál es la sintonía y la percepción de estas categorías y así identificar el problema de la falta de aceptación.

¿Este programa está contribuyendo a las necesidades de interés del público sobre información cultural?, ¿Está siendo efectivo?

Establecer cuáles son las preferencias de los jóvenes con respecto al tema cultural, además de presentar los elementos que repercuten para la falta de sintonización; la extensión, el horario, los temas abordados, entre otros. ¿Cómo lo ven? y ¿por qué lo ven?

Esta investigación ahondará sobre el discurso que ha manejado el Gobierno actual sobre la cultura y su intento de que los ecuatorianos se sientan orgullosos de ella.

Además contribuir a un cambio y mejora en el contenido del programa a través de las percepciones de los sujetos estudiados para que éste sea afín a los jóvenes.

Esta investigación corresponde a un enfoque metodológico de tipo exploratorio.

Palabras claves: televisión cultural, cultura, producción nacional, arte.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realiza para profundizar las posibles razones de la falta de interés que tienen los jóvenes por los programas culturales que ha impulsado el Gobierno como parte del aprendizaje ciudadano. Específicamente, el programa “Expresarte” que contiene arte nacional en sus diferentes ramas, ya sea musical, cinematográfica, pinturas, literatura y entre otros.

Esta motivación de estudiar la recepción de los jóvenes del programa cultural “Expresarte” surge a partir de la importancia que tiene saber de la cultura ecuatoriana. Además, porque esta ha sido poco abordada en la televisión local.

El programa “Expresarte” con su alto contenido y en las diversas ramas de las artes plásticas, tradicionales, no tradicionales y contemporáneas, tiene su espacio de señal abierta desde el 10 de noviembre de 2012, gracias a las instituciones como el Ministerio de Cultura y Patrimonio, Sayce (Sociedad de autores del Ecuador), Satré (agencia de comunicación integral) y SECOM (Secretaría Nacional de Comunicación).

El objetivo de este programa es mostrar al artista ecuatoriano para promocionarlo a nivel nacional e internacional y a su vez el público guste de ello, un programa que utiliza los más altos estándares de calidad y el mejor sonido para darle realce al artista.

El trabajo está dividido en cinco capítulos: en el primero, se trata de una concisa introducción al tema desarrollado, los objetivos de la investigación y la hipótesis. Presenta el objeto de estudio y la justificación de la elección del tema. También se expone los antecedentes sobre temas similares a la presente investigación de Universidades tanto extranjeras como nacionales.

En el segundo capítulo, se encuentra el marco teórico, donde incluye varios temas que fundamenta la investigación de acuerdo al planteamiento del problema que se ha realizado, uno de estos temas son: fundamentación

teórica, epistemológica, comunicacional y legal con base en fuentes de estudios e investigaciones.

En el capítulo tres se halla la metodología que contiene el tipo de investigación que corresponde al enfoque metodológico: cualitativo y cuantitativo. Se expone la hipótesis y las variables, además de las herramientas de investigación utilizadas como grupos focales, monitoreo del programa “Expresarte” en abril y mayo del presente año y entrevistas a profundidad de los creadores del programa.

En cuanto al análisis de resultados que pertenece al cuarto capítulo se presenta los resultados obtenidos tanto en las encuestas como en los grupos focales y las entrevistas.

Finalmente el quinto capítulo, están las conclusiones a las que se llegaron después de la investigación que se realizó y las recomendaciones para contribuir a una mejora de manera que se aborde de forma óptima el tema cultural.

CAPÍTULO 1

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La falta de interés de los jóvenes sobre los temas culturales repercute en la poca sintonía que tiene el programa “Expresarte”, aún cuando este nació con el fin de romper con el prejuicio de que el arte en televisión es aburrido y que no vende.

El Gobierno actual ha introducido un imaginario positivo sobre la cultura nacional y con ello la apreciación y fomentación de preferir el producto ecuatoriano, sin embargo este discurso aún sigue siendo inconsistente, ya que los gustos de los jóvenes sobre nuestra cultura les siguen pareciendo poco atractivo.

El presidente Rafael Correa bajo mandato avala todo aquel programa que promueva la educación, la cultura como parte del aprendizaje ciudadano, puesto que la televisión nacional posee escasos productos audiovisuales enriquecedores de tales contenidos.

“Expresarte” está justamente apoyado por cuatro instituciones: Ministerio de Cultura y Patrimonio, Satré (agencia de comunicación integral), Sayce (Sociedad de autores del Ecuador) y la SECOM (Secretaría Nacional de Comunicación), que conjuntamente logran realizar un programa con la más alta calidad, no solo en la parte técnica, como la utilización de equipos HD (High Definition) sino también por el contenido, sobre los que exponen a artistas de las diferentes gamas, ya sea pintores, escritores, actores, bailarines, músicos, grafiteros, mimos, entre otros; es decir una variedad de géneros artísticos.

Un programa que es un espacio difusor para los artistas ecuatorianos y que sea transmitido en cadena nacional, es de alto impacto para de alguna

manera, llamar la atención del público sobre el arte que hay en nuestro país, que apoya e invita al ciudadano al conocimiento e interés de lo que tenemos como nuestra cultura y patrimonio con el objetivo de que estos prevalezcan en nuestra sociedad y sean considerados, consumidos y apreciados.

1.2. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Como antecedente de esta investigación se halló entre los temas similares realizados en Ecuador una tesis de grado fechada en 2010 de la Universidad Politécnica Salesiana: “Propuesta educomunicacional orientada al fortalecimiento de los procesos culturales a partir de leyendas populares del sector de Pomasqui” de autoría de Andrea Viviana Pérez Fierro. Esta tesis expone la utilidad de los medios de comunicación, en los procesos de enseñanza y aprendizaje mediante la elaboración de un producto educomunicativo con enfoque formativo que genere procesos de socialización en los cuales los individuos puedan interiorizar la cultura y apropiarse de ésta.

Otros trabajos han sido abordados desde otras perspectivas como en lo educativo, valores, identidad, enfatizando la influencia de la televisión en los jóvenes. Un claro ejemplo es el estudio que se realiza en España llamado “Juventud y medios de comunicación”. La televisión y los jóvenes: “Aproximación estructural a la programación y los mensajes”, donde expone la relación que se establece entre los jóvenes y la televisión en cuanto a programación, contenidos y mensajes. Realizando una crítica sobre lo que transmite la televisión porque la audiencia así lo demanda, olvidándose de los programas educativos- culturales.

Otro trabajo similar elaborado en Torronga, España, con el título “La educación en medios de comunicación” (noticieros de Tv e imaginarios en la

frontera colombo-venezolana) por el autor Wilson Agudelo Sedano quien expone las características que tienen los docentes y alumnos(as) de la frontera colombo-venezolana desde las aulas, ya que dentro de ellas se forjan las identidades, todo esto como receptores de los medios de comunicación social.

En Bogotá, una tesis de grado fechada en 2012, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios: "Análisis de los elementos culturales y artísticos contenidos en el programa de televisión infantil piloto "semillas del sol" y el aporte educativo, dirigido a niños y niñas de 8 a 10 años" cuyos autores son Paola Arcila Medina, Luis Ernesto Garzón y Sebastián Jiménez Cortés. Propone analizar un programa de televisión infantil piloto llamado "semillas del sol" que no se encuentra en ningún canal y que sirve para conocer el aporte educativo desde los aspectos culturales y artísticos.

Como antecedente en programación cultural nacional, tenemos al canal TEIB, una red importante de Televisión Educativa y Cultural Iberoamericana, un programa de corte educativo, cultural y científico creado en 1992 en Madrid, España, este transmite contenidos audiovisuales que produce, coproduce, e intercambia contenidos educativos y culturales de Iberoamérica.

En la página web: <http://www.nci.tv/> , en la sección TEIB explica parte de su trayectoria:

La iniciativa "Comunicación para la Cooperación" presentada ante la UNESCO en 1991 (Santiago de Chile y París) prepara el desarrollo y puesta en marcha de un sistema de servicio público de televisión con propósitos educativos, culturales y científicos para Iberoamérica. Suscrita por los gobiernos de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, España, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

En 1992, los jefes de estado y de gobierno, reunidos en la II Cumbre Iberoamericana (Madrid, España, 23 y 24 de julio), acordaron la creación del Programa de Televisión Educativa Iberoamericana (TEIB), como

respuesta a la necesidad de un proyecto común que hiciera realidad una cultura de cooperación audiovisual en Iberoamérica.” (TIEB, 2012)

En Ecuador, la televisión pública comienza a finales del año 2007 y empezó a transmitir información de corte educativo y cultural, tal como lo menciona Marcelo del Pozo, Director de Producción y programación TVE. Ecuador:

“Ecuador se suscribió a este acuerdo a fines de 2008, de ahí hemos estado ininterrumpidamente transmitiendo sobre todo el informativo de noticias de TEIB, hemos encontrado que es un espacio donde las televisiones públicas seamos culturales, educativas o no, hemos podido estrechar lazos de intercambio de cooperación de coproducción inclusive en algunos proyectos concretos y además al difundir noticias iberoamericanas estamos mostrando la dinámica y efervescencia del movimiento cultural de intercambio entre nuestros países.”

“Estamos llevando a la gente acercando más a esta identidad cultural y dándole la oportunidad de expresarse de reconocerse a través de esos contenidos” (Marcelo del Pozo, 2012)

1.3. JUSTIFICACIÓN

El tema de esta titulación propone un estudio de recepción en los jóvenes sobre el programa “Expresarte”. Este tipo de programa de corte cultural que apoya el Gobierno es muy significativo, pues es la mejor manera de empezar a incentivar paulatinamente a fomentar el gusto por el arte en Ecuador y a enriquecer el conocimiento sobre la industria artística que cada vez crece más en el país.

El programa cultural “Expresarte” es de relevancia, porque no solo influye en la formación intelectual de los jóvenes, sino también en las preferencias, gustos e intereses de su entorno, es decir tendríamos jóvenes que apreciarían la cultura ecuatoriana en toda su extensión; en la historia, arte, música, entre otras.

Los jóvenes al preferir productos nacionales, consumirían su propia cultura; lo que aún ha sido una utopía para los ecuatorianos. Por ello la investigación tratará sobre el estudio de aceptación de este programa.

Los programas culturales han estado ausentes en la Tv ecuatoriana por varios años, ya que medios televisivos siempre han buscado productos audiovisuales vendedores, olvidándose de la responsabilidad social de informar y ser parte de la formación de los telespectadores. Tal como lo menciona Bermejo:

“Las condenas reiteradas a la televisión, responsabilizándola de la mayoría de los males que sufre la juventud, no pueden apoyarse en los estudios que la psicología ha realizado en las últimas décadas. Creemos que este medio puede tener un papel formativo. Es decir, no sólo puede ser una fuente de aprendizaje sino que se puede constituir en una fuente de formación afectiva, social y de pensamiento”. (Concepción Medrano Samaniego, 2007, pág. 321)

Es sin duda loable la intención de cambiar el tratamiento de temas culturales en la televisión, pues más programas educativos y culturales cambiarán la forma de pensar y de actuar en los jóvenes. Tal como lo menciona Jesús Martín Barbero:

"Si la educación no se hace cargo de los cambios culturales que pasan hoy decisivamente por los procesos de comunicación e información no es posible formar ciudadanos, y sin ciudadanos, no tendremos ni sociedad competitiva en la producción ni sociedad democrática en lo político". (Omar Rincón, 2003)

La transmisión de programas sobre cultura nacional como tales resulta una experiencia prácticamente nueva y se relaciona con el marco legal aplicado de la “Ley de Comunicación”, que beneficia en el aprendizaje de los jóvenes, esta decisión fue tomada, entre otras cosas como una manera rápida de actuar ante la falta de productos audiovisuales que conserve y difunda la cultura ecuatoriana, como afirma (Nilda Jacks, 2011, pág. 175).

“En relación al uso cotidiano de la televisión y su influencia en las comunidades étnicas, Ruiz y Arellano (2003) evidencian que este medio influye decisivamente en la pérdida de rasgos sustanciales en las nuevas generaciones de las culturas ancestrales, como se muestra en una comunidad Shuar del Oriente ecuatoriano. La programación televisiva ha provocado, entre los jóvenes, un desplazamiento de visiones, valores, hábitos y vestimenta propios, anulando los significados de las expresiones

culturales; ha transformado los espacios de socialización, y se ha llegado, incluso, a declinar el aprendizaje de su lengua natal”.

La concepción de lo nacional está por transformar los imaginarios de los ecuatorianos, y que esté presente en una ley, es un gran reto para quienes tienen el medio difusor. Así también lo alude en una entrevista el Ministro de Cultura y Patrimonio, Francisco Velasco:

“Esta regulación brinda un momento extraordinario y único de surgimiento de una gran producción artística nacional y obliga a medios radiales, cinematográficos y de televisión a fortalecerse en ese sentido” (Ecuador Inmediato, 2013)

La televisión ecuatoriana está en proceso de modificación, eso ya se lo puede percibir, sin duda la mejor forma de tener mejor ciudadanos es cambiando lo que ven como bien apunta (Marta Serrano, 2007, pág. 07)

“La televisión educativa desarrolla unos contenidos y estrategias específicas. Generalmente, dichos contenidos y estrategias expresadas a través del lenguaje televisivo no se encuentran explícitos en los lineamientos o estándares curriculares de la educación formal, pero poseen unas bases didácticas, sustentadas por teorías relevantes del aprendizaje...

...Con el fin o la intención primordial de influenciar positivamente al espectador, afectarlo de manera positiva y crítica en su visión del mundo.”

1.4. OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio de la presente investigación es el programa Expresarte transmitido en señal abierta desde la perspectiva de la recepción y la valoración que la audiencia Universitaria hace del mismo.

1.5. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo a este estudio de recepción en los jóvenes de 17 a 20 años, se realiza la pregunta de la siguiente manera:

¿Se aborda adecuadamente en el programa Expresarte, desde el punto de vista de los intereses y gustos de los jóvenes, la programación cultural?

1.5.1. POSIBLES CAUSAS Y CONSECUENCIAS DEL PROBLEMA

1.5.1.1. CAUSAS

Para establecer las causas y consecuencias del problema planteado es preciso partir en términos generales sobre lo que es Ecuador: un país diverso; multi-étnico y multi-cultural, donde valdría preguntarse ¿La televisión ecuatoriana aborda el tema cultural en sus transmisiones habituales?

En los siete canales estudiados de señal abierta muestra que en cuanto a contenido cultural como difusión de nuestro patrimonio y arte, solo se halló la transmisión que por cadena nacional y por obligación atribuye la SECOM (Secretaría Nacional de Comunicación). Y el canal público Ecuador Tv que si posee contenidos de este corte.

Es decir, los demás canales de televisión no presentan programas netamente culturales si no en su mayoría productos audiovisuales vendedores como farándula, realities, o programas que fomentan al sexismo, morbo o racismo.

1.5.1.2. CONSECUENCIA

A la falta de cobertura de programas de este corte y a la abundancia de programas poco o nada que contribuya al conocimiento, tendremos como consecuencia una sociedad que aún no aprecia y desconoce su propia cultura, que prefiere consumir arte extranjero.

En los jóvenes, especialmente, que dedican su tiempo a observar telebasura porque precisamente ha habido escasas programaciones educativas y culturales lo que ha influido en el imaginario de los ecuatorianos que el producto nacional es malo, porque precisamente no ha habido una cultura de nuestra cultura.

1.6. COBERTURA Y LOCALIZACIÓN

Este proyecto presenta un estudio de recepción del programa audiovisual “Expresarte”, en siete canales de señal abierta, todos los sábados de 9H00 a 10H00 am, durante los meses de abril y mayo del presente año en la ciudad de Guayaquil. Además, la investigación de recepción de los estudiantes de dos Universidades; una pública y una privada, en la audiencia de 17 a 20 años de primero a quinto ciclo.

1.7. OBJETIVOS:

1.7.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar la recepción de la audiencia juvenil del programa “Expresarte” transmitido en señal abierta, para caracterizar el nivel de acogida y conocer los criterios de los sujetos estudiados.

1.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el nivel de recepción del programa “Expresarte”, en los sujetos estudiados.
- Identificar el nivel de interés que tienen los sujetos estudiados en el programa “Expresarte”, mediante un trabajo de campo.
- Establecer las preferencias de los sujetos estudiados con respecto a la información cultural mediante un grupo focal.
- Determinar a partir de criterios de los sujetos estudiados lo que tendría que cambiar con respecto a la información.

1.8. PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

- ¿Tiene acogida el programa “Expresarte”, elaborado con contenidos de cultura ecuatoriana en el público joven?
- ¿Cuál es el rating de este programa?
- ¿Cómo es observado y calificado este programa por los jóvenes?
- ¿Qué características debe tener un programa cultural para ser afín a los intereses de los jóvenes?

CAPÍTULO 2

2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se expondrá las diferentes teorías y definiciones, que sustentan el trabajo de investigación, citando diferentes textos; desde la influencia y la cobertura que se le ha dado a la programación cultural y la importancia de ésta en nuestra sociedad como parte de la formación de un individuo en su propio país.

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

La comunicación es un acto fundamental que realizamos y lo exteriorizamos a través del lenguaje ya sea por el habla, escrito o gestos con el fin de intercambiar información para poder influir y también ser influido.

Para que exista una comunicación debe haber un emisor, receptor, el mensaje y un canal. Estos elementos, según la propuesta de los norteamericanos, Shannon y Weaver es un proceso comunicativo y sin ellos no es posible la comunicación, es decir el emisor quien envía el mensaje, luego el mensaje, que es el contenido que se desea transmitir al receptor, donde viaja por medio de un canal y finalmente llega al receptor, quien recibe el mensaje. De igual manera, el mensaje tiene un código el cual debe ser conocido por el emisor y el receptor.

“Para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo. Quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos”. (Fernández 1999)

La comunicación es esencial para la integración y para la comprensión, ya que con esta también se realiza las reglas que hay dentro de la sociedad, es decir, una estructura apropiada, entendida por los que habitan en un entorno para establecer un orden social.

La comunicación audiovisual es precisamente aquello pues está correlacionado con los mensajes tanto auditivo como visual. Estos mensajes cumplen un papel importante, ya que éstas son representaciones de lo que somos en la sociedad en la que vivimos y también un medio de difusión importante para la formación, intelectual.

Así también lo alude (Prieto, 2011, pág. 162) :

“Entendemos por cultura audiovisual aquella en la que se inscribe la sociedad occidental, donde está implícita la comprensión de estructuras narrativas y simbólicas del medio audiovisual. Dicha comprensión va unida a la experiencia vivida o a los referentes culturales de los individuos formados en ella. Por lo tanto, el lenguaje audiovisual implica un proceso de aprendizaje en la interiorización de unos códigos, una aceptación por parte de los consumidores de las relaciones establecidas entre unos significados y sus referentes visuales o sonoros. Un lenguaje determinado según unas reglas y que implica, por supuesto, una carga ideológica, social, estética o artística.”

En la actualidad la comunicación audiovisual cada vez acapara más consumidores por la versatilidad que presentan, hablamos del fenómeno de la internet y lo que representa en la contemporaneidad, pues lo que antes tenían potestad de elección los medios de comunicación sobre el contenido, ahora están a la predisposición de lo que el consumidor desea ver.

Y es que la tecnología ha sido un gran aliado que está funcionando como un intermediario entre el público y los medios, con ello se refiere a las plataformas virtuales, por ejemplo el twitter o las mismas páginas webs. Esta tecnología denominada 3.0 donde se realiza el feedback o retroalimentación, permite que el público entre otras cosas también exija qué ver o cómo mejorar el contenido, una información útil para conocer si es que el producto audiovisual tiene o no acogida, como también las críticas de los mismos consumidores.

Tal como lo menciona Teresa Fraile Prieto:

“En lo que se refiere a los medios de comunicación, la sociedad actual ha experimentado en pocos años una gran diversificación de los componentes comunicacionales y aparte de medios tradicionales como cine, televisión o radio, en el día a día reciente forman parte del quehacer habitual Internet, la

televisión por cable, los videojuegos, la telefonía móvil de tercera generación, los videoblogs o las redes sociales. Estas nuevas plataformas no sólo modifican los contenidos de los diferentes canales de comunicación, sino que también producen cambios en los hábitos de consumo, cuya repercusión quizá más visible es la disminución progresiva de las audiencias de televisión o radio frente al tenaz crecimiento de usuarios de Internet desde finales de la década pasada. No queremos decir con esto que unos medios vayan a sustituir a otros, la historia de los medios nos hace augurar que la televisión no va a ser suplantada por Internet, pero sí que la proliferación de vías informativas modifica las conductas comunicacionales”. (Prieto, 2011, pág. 157)

2.1.2. INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

La televisión desde el siglo XX ha sido un fenómeno universal, donde ha ocupado un lugar importante en las actividades más realizadas por los niños, jóvenes y adultos, debido a su fácil acceso y la gratuidad, ya que esta permite que millones de personas se conecten a este medio que ofrece distracción cuando realizan las diferentes actividades, ya sea antes, durante o después de estudiar, trabajar etc. Pero la televisión siempre ha sido objeto de críticas y análisis por considerar que en la mayoría de su programación y contenido, muchas veces no es favorable y no aporta al intelecto, debido a que las distracciones que el público busca son banales.

La autora, Leticia García Reina, expresa que la relación que se establece entre los jóvenes y la televisión en cuanto a programación, contenidos y mensajes es debido al contexto actual, en la que dice:

”Para entender por qué la televisión se ha convertido en ese inmenso cajón de sastre en el que “todo vale, si es por la audiencia”, es imprescindible tener en cuenta el contexto global en el que se desarrolla esta actividad. Solo teniendo presente dicho contexto, podremos entender por qué las que deberían ser las principales funciones de la televisión, como medio de comunicación de masas por excelencia -recordemos las tres máximas de informar, formar y entretener-, se han pervertido en función de un único objetivo: la rentabilidad económica, el *share*, la audiencia”. (Reina, 2004, pág. 116)

Es decir, la televisión tiene como principal objetivo vender, debido a que gran parte de los dueños de los medios, grandes empresarios y accionistas, no tiene nada que ver en el oficio comunicativo.

¿Pero cuáles son las consecuencias? Estas están presentes en la sociedad que finalmente son televidentes de programaciones poco o nada formativos.

Nuevamente cito a la Periodista Leticia García Reina donde dice en su investigación de manera enfática:

“Observando la mayoría de los productos audiovisuales podemos concluir que la televisión, generalmente, considera a la juventud como una masa acrítica e individualista, a la que parece sólo tener en cuenta en su calidad de miembros de la sociedad de consumo, como un inmenso *target* al que poder dirigir anuncios y mensajes que inciten a consumir los productos publicitados sin mayores metas. Los programas culturales, formativos o de entretenimiento de calidad brillan por su ausencia y, en su lugar, proliferan formatos aberrantes en los que el *reality show*, se ha convertido en principal protagonista”. (Reina, 2004, pág. 116)

La influencia y la formación de los jóvenes se derivan en gran parte a los contenidos que se transmiten en la televisión, en ella está la responsabilidad social de formar a mejores ciudadanos pero debido a esta escases de programaciones educativas y culturales tendremos una sociedad poco crítica.

2.2. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

El lenguaje en la televisión se caracteriza por varios elementos tanto escritos, visuales, sonoros, la voz, que contribuye un vehículo del pensamiento que da como resultado el mensaje audiovisual. Éste mensaje se caracteriza por ser más coloquial a la audiencia. Pero éste cada vez más aumenta a mensajes con contenidos banales, por lo que varios autores denominan a este fenómeno como la Telebasura, que según el significado en la Real Academia Española significa: “Conjunto de programas televisivos de muy baja calidad”.

Este fenómeno televisual surge a la mitad de la década de los ochenta en Estados Unidos donde su principal objetivo, es captar grandes masas de espectadores ante la pantalla, utilizar cualquier tema de interés, o acontecimiento ya sea político o social para así atraer a la audiencia ya sea por temas de: sexo, violencia, humor, morbo, superstición, racismo, sexismo etc.

El informe “Manifiesto contra la telebasura” rechaza totalmente esta televisión por lo que expresa:

”Por todo lo anterior, los abajo firmantes queremos manifestar nuestro rechazo y preocupación ante la telebasura, y exigimos, como garantía de control social en una sociedad democrática, tanto la elaboración de un código ético de regulación de los contenidos televisivos como la constitución de un Consejo Superior de los Medios Audiovisuales, en los términos en los que fue aprobado por la mayoría de grupos parlamentarios en la anterior legislatura.” (AUC, CAVE, CEACU, CEAPA, CONCAPA, CC.OO, UGT, OCU, UCE, FIATYR, 1997, pág. 3)

Pero esta gran industria televisiva tiene sus tendencias extranjeras donde destaca especialmente el entretenimiento, de manera que abarque la mayor audiencia posible como lo menciona (Manuela Hernández y Miguel A.Robles, 1995, pág. 96)

“El modelo norteamericano de televisión es el que se ha impuesto en todo el mundo. El criterio que gobierna la programación en este modelo es la rentabilidad. La televisión se entiende como un negocio cuyo objetivo principal es conseguir el máximo de beneficio. En un sistema de competencia la programación se reduce a un instrumento para obtener las tarifas más altas de publicidad, y por ello lo que se persigue es conseguir cuotas elevadas de audiencia”.

Lo que entonces la audiencia resultaría como clientes de estos programas donde se ubican en estado pasivo para adquirir la información de cualquier tipo que les brinda la televisión.

“La televisión se ha consolidado además como colonizadora del tiempo libre, de modo que no es solo un instrumento inadecuado para la difusión de la cultura y la educación social, si no que perjudica notablemente a esta” (Manuela Hernández y Miguel A.Robles, 1995, pág. 97)

2.3. FUNDAMENTACIÓN COMUNICACIONAL

Los primeros estudios sobre la comunicación en masas se desarrolla entre los años veinte a los cuarenta donde se expone la teoría de la aguja hipodérmica, su principal expositor es Harold Laswell quien decía que los mensajes de los medios se insertan tal cual una aguja en la audiencia y que dicha audiencia reacciona de manera uniforme a estos estímulos transmitidos.

Durante la primera y segunda guerra mundial esta teoría se desarrolla como consecuencia del estudio de los efectos de la propaganda a la población, con el objetivo de determinar el alcance y poder de los medios de comunicación en la opinión pública.

Para entender la Aguja hipodérmica, es necesario tener en claro sobre la sociedad de masas:

“Cada individuo es un átomo aislado que reacciona por separado a las órdenes y a las sugerencias de los medios de comunicación de masas monopolizados (WRIGHT MILLS, 1963, 203)”. (Wolf, 1987, pág. 4)

"La masa arrasa todo lo que es diferente, singular, individual, cualificado y seleccionado" (ORTEGA Y GASSET, 1930, 12). (Wolf, 1987, pág. 3)

“Las masas además se componen de personas que no se conocen, espacialmente separadas unas de otras, con escasas o ninguna posibilidad de interactuar. Finalmente, las masas carecen de tradiciones, reglas de comportamiento leadership y estructura organizativa (BLUMER, 1936 y 1946)”. (Wolf, 1987, pág. 3)

Lo que se corrobora en esta teoría, la influencia que tienen los medios sobre las audiencias y dichas audiencias son pasivas, tal como dice el nombre de la teoría, una aguja que penetra en los receptores sin protección alguna.

Además se pensaba que la manipulación de los medios a las personas era tan fuerte que los mensajes llegaban ser inyectados como dar en el blanco, así lo menciona (SCHRAMM, 1971):

“Si los mensajes de la propaganda consiguen llegar a los individuos de la masa, la persuasión puede ser fácilmente «inoculada»: es decir, si se da en el «blanco», la propaganda obtiene el éxito preestablecido (la teoría hipodérmica de hecho es llamada también bullet theory. (Wolf, 1987, pág. 4)

Pero esta teoría no solo surgió por la propaganda bélica sino también por el auge que tenía la teoría conductista:

“La psicología conductista, su objetivo es estudiar el comportamiento humano con los métodos del experimento y de la observación, típicos de las ciencias naturales y biológicas, el sistema de acción que distingue al comportamiento humano, debe ser descompuesto por la ciencia psicológica, en unidades comprensibles, diferenciables y observables... "Estímulo y respuesta parecen ser las unidades naturales en cuyos términos puede ser descrito el comportamiento" (LUND, 1933,28)” (Wolf, 1987, págs. 4-5)

Es decir esta teoría tenía sus fundamentos sobre el aislamiento de cada individuo donde era completamente vulnerable a los mensajes emitidos por los medios y que estos receptores reaccionaban de manera aislada, tal como lo dice la teoría conductista.

2.3.1. LA TELEVISIÓN EN ECUADOR

En la página Web Televisión Satelital News el autor (Poma, 2008) menciona que la televisión en Ecuador, se podría decir que llegó gracias a un ingeniero que encontró un televisor abandonado en las bodegas de la General Electric en Siracusa, New Cork. El 11 de julio de 1959 lo llevó a la ciudad capital y quedó asombrado cómo los quiteños veían la televisión en blanco y negro por primera vez, luego en 1960 con la colaboración de la Casa de la Cultura, la televisión llegó a Guayaquil.

El alemán Horts Michael Rosebaum y Linda Zambrano nativa de Bahía de Caráquez empezaron con la primera televisión en Ecuador en la década de los cincuenta y mediante un acuerdo con la casa de la cultura del Guayas, empezó a funcionar el canal 4 lo que antes se llamaba Telesistema y ahora RTS. Las transmisiones comenzaron el doce de junio de 1960 con el apoyo de Presley Norton.

Después de siete años nace Ecuavisa, el uno de marzo de 1967, su fundador fue Xavier Alvarado Roca y como estrategia en cuanto a cobertura, fue instalado en el Cerro del Carmen en Guayaquil.

El 30 de mayo de 1969 se fundó la Cadena Ecuatoriana de Televisión, las emisiones iniciales nacen bajo el nombre de Telecentro, actualmente es Tc Televisión mi canal.

El 22 de febrero de 1974. Teleamazonas emitió las primeras señales a color, su fundador fue Antonio Granda. Gamavisión fue otra cadena de TV que aparece el 19 de abril de 1977.

Con la llegada de la televisión a Ecuador, se produjo cambios sociales y culturales, pues la comunicación interpersonal o grupal estarían suplidas por la televisión y con ello las nuevas formas de información.

2.3.2. EL RATING O MEDIDOR DE AUDIENCIA

En la página web (Time I Bope) menciona que el rating significa el porcentaje de hogares o individuos que están viendo un determinado programa en un determinado momento de un universo objetivo.

Un punto de rating corresponde a que el 1 % del target referido ha sido espectador medio del evento estudiado, es decir que esto representa a diez mil hogares.

Para esta medición hay empresas especializadas y lo hacen con un aparato electrónico llamado "People Meter" que se instala en cada uno de los hogares el cual va ser parte de la muestra. Este medidor registra desde el momento que se enciende el televisor y el canal que se sintoniza, además de registrar las personas que están viendo la televisión.

Mide minuto a minuto: Encendido de la televisión, selección de canal, tiempo de permanencia en un canal, cambios de canal y personas que ven la

televisión. Los datos obtenidos por el People Meter son enviados de manera automática a la empresa, la misma que reúne la información para procesarla y enviarla a sus clientes, los canales de televisión quienes dependen de esta medición.

2.3.3. TELEVISIÓN EDUCATIVA

La televisión educativa tiene como objetivo principal la enseñanza y que a través de ella logre la formación a ciudadanos. Además de tener la responsabilidad de generar contenidos que favorezcan al intelecto de la audiencia, inculcando educación, valores y una amplia información del acontecer global y nacional que contribuyan a la manera de ver determinada situación y tengan criterios y una actitud frente a ello.

Así también lo menciona (Jesús Martín Barbero, 2000)

“Estas transformaciones de lo simbólico y la producción de sentido implican comprender que educar, comunicar y hacer televisión es una reflexión-acción que se piensa, imagina y diseña desde un nuevo ecosistema comunicacional que articula las dinámicas tanto de la cultura (que no es la alta, ni la culta, ni la popular, ni la folclórica, sino aquella que permite habitar el día a día llenándolo de sentido) como de la educación (que no es sólo la que pasa por la escuela, lo escolarizado, sino la que construye ciudadanos y forma para la convivencia pacífica y el encuentro con el otro en la vida cotidiana)...”

Actualmente la televisión educativa en el Ecuador ha tenido un cambio importante desde la aparición de la programación Educa, que se transmite en todos los canales del país en las diferentes parrillas, con una duración de una hora. Así lo dispone: (Asamblea Nacional, 2013, pág. 14)

“Art.- 74.-

3. Destinar una hora diaria, no acumulable para programas oficiales de tele-educación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencia en estas materias;”.

Uno de estos cambios también se debe a la nombrada ley de comunicación, un marco legal que se estableció con el fin de brindar mejores contenidos que correspondan con la formación de los telespectadores.

En el caso de la televisión, por su alto consumo en los niños y adolescentes se creó por medio del Ministerio de Educación la programación “Educa”, que a medida de su aparición el 1 de octubre del 2012 ha destacado varios programas con contenidos ilustrativos y culturales.

El canal del Estado Ecuador Tv , establecido el 26 de octubre de 2007, pero el 29 de noviembre del mismo año inicio sus primeras señales y a partir del 2008 comenzó a generar contenidos de corte educativo, ha generado desde entonces más producciones Nacionales . En el siguiente apartado vemos cómo la constitución fomenta la producción nacional:

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. (Asamblea Constituyente, 2008, pág. 26)

La “Programación Educa” como una representación de la televisión educativa en Ecuador tiene como principal concepto, forjar el buen vivir tal como lo menciona en su pagina web:

“EDUCA, televisión para aprender, es un equipo humano al que le apasiona la comunicación educativa para transformar vidas.

Las audiencias son nuestra prioridad: infantil, adolescente, juvenil, docente y familiar. Por esta responsabilidad con las audiencias, EDUCA es divertido, innovador, dinámico e interactivo. Investiga nuevos formatos para satisfacerlos y apoyar la ciudadanía responsable, creativa y forja el futuro del Buen Vivir.” (Ministerio de Educación, 2013)

La mayoría de estos programas son realizados por productoras independientes Nacionales. Estas programaciones además tienen en su página web una plataforma virtual: videos y fichas metodológicas para

reforzar lo visto, donde los docentes, pueden utilizar este recurso y apoyar sus clases sobre el contenido multimedia.

La televisión educativa sin duda puede lograr construir una mejor sociedad tal como lo menciona en la Revista Gaceta, nº 47.:

“La educación, y más por televisión, debe buscar tres objetivos básicos (según Martín Hopenhayn): formar recursos humanos, construir ciudadanos y desarrollar sujetos autónomos.”. (Jesús Martín Barbero, 2000)

La televisión educativa influye en el comportamiento social por ende se la puede relacionar con la cultura pues ambas son responsables de las percepciones, actitudes, valores, ideologías, que puedan causar en las audiencias, es decir la televisión educativa y cultural van de la mano para complementarse, así también lo alude Martha Serrano y Gerardo Ojeda

“Se busca que la audiencia de este modelo de televisión pueda construir una representación de la realidad coherente con un conjunto de valores, ideales y actitudes deseadas por una colectividad.” (Marta Serrano, 2007, pág. 7)

2.4. CULTURA

2.4.1. CULTURA Y SOCIEDAD

El concepto general que tiene esta palabra y entendido por la mayoría de los ciudadanos está plasmado en el diccionario de la Real Academia Española :

“2.Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico.

f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. (Diccionario de la Real Academia Española, 2001)

Considerado una de las figuras representativas en la historia antropológica Edward B. Tylor, quien define cultura como:

“La cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”. (SÁEZ, 2005, pág. 26)

Así pues la cultura es creada por la sociedad para establecer un comportamiento determinado, así también lo menciona Clifford Geertz,

“Si no estuviera dirigida por estructuras culturales —por sistemas organizados de símbolos significativos—, la conducta del hombre sería virtualmente ingobernable, sería un puro caos de actos sin finalidad y de estallidos de emociones, de suerte que su experiencia sería virtualmente amorfa. La cultura, la totalidad acumulada de esos esquemas o estructuras, no es sólo un ornamento de la existencia humana, sino que es una condición esencial de ella.” (García, 2010, pág. 14)

La cultura como el marco étnico donde el individuo crece y aprende las características propias de su entorno, son estructuras socialmente establecidas, es decir que los signos pueden tener diferentes discursos dependiendo de quién los lee. Los conceptos que tiene un individuo pueden variar de una cultura a otra.

Es la sociedad misma que nos enseña que está bien o mal. Un conjunto de normas creadas por el entorno para implementar un orden social, así también lo menciona (CLIFFORD GEERTZ, 1989)

“El pensar no consiste en "sucesos que ocurren en la cabeza" (aunque sucesos en la cabeza y en otras partes son necesarios para que sea posible pensar) sino en un tráfico de lo que G. H. Mead y otros llamaron símbolos significativos —en su mayor parte palabras, pero también gestos, ademanes, dibujos, sonidos musicales, artificios mecánicos, como relojes u objetos naturales como joyas—cualquier cosa, en verdad, que esté desembarazada de su mera actualidad y sea usada para imponer significación a la experiencia. En el caso de cualquier individuo particular esos símbolos ya le están dados en gran medida. Ya los encuentran corrientemente en la comunidad en que nació y esos símbolos continúan existiendo, con algunos agregados, sustracciones y alteraciones parciales a las que él puede haber contribuido o no, después de su muerte.”.

2.4.2. LA CULTURA COMO FORMACIÓN EN LA SOCIEDAD

La cultura como consecuencia de un cultivo de conocimientos que brinda la facultades intelectuales del hombre, forman parte de un sentido humanístico, esencial en el proceso evolutivo del hombre.

Pero la cultura en un concepto antropológico es más profunda y de gran contenido étnico pues es un modo de vida, de costumbres, creencias y comportamientos que corresponden a los hábitos adquiridos dentro de su grupo social, pues es este lo que hace que el individuo se reconozca de algún sector, lugar o país y se sientan identificados.

La importancia que la cultura esté presente en la formación del ciudadano es que al inculcar el interés y transmitir historia o información relacionada a su cultura en general, el individuo adquiere conocimientos sobre el pasado y el presente de su entorno teniendo como resultado, un individuo con criticidad en el futuro, ya que no basta con saber cultura general sino también nacional.

Además una sociedad con conocimientos de su cultura tendrá afinidad, gusto y apreciación por lo que existe en su localidad y valorar los recursos que posee, lo que aún falta fomentar en nuestro país.

Pues bien la cultura va formando parte de la persona desde su proceso de crecimiento, pero para que sea eficaz debe ser acompañada con la enseñanza de la familia, instituciones educativas y los medios de comunicación.

Lo más óptimo para una mejor sociedad es que el ciudadano aprecie su propia cultura. La historia, desde el conocimiento de personajes importantes, lugares turísticos, arte, música, entre otros. A continuación un conjunto de definiciones y dimensiones sobre la cultura.

“La UNESCO defiende la causa de la indivisibilidad de la cultura y el desarrollo, entendido no sólo en términos de crecimiento económico, sino también como medio de acceder a una existencia intelectual, afectiva, moral y espiritual satisfactoria. Este desarrollo puede definirse como un conjunto de capacidades que permite a grupos, comunidades y naciones proyectar su futuro de manera integrada.” (Molano, 2006, pág. 5)

“Se podría decir que la cultura tiene varias dimensiones y funciones sociales, generando:

- a. un modo de vivir
- b. cohesión social
- c. creación de riqueza y empleo
- d. equilibrio territorial” (Molano, 2006, pág. 6)

“La cultura es algo vivo, compuesta tanto por elementos heredados del pasado como por influencias exteriores adoptadas y novedades inventadas localmente. La cultura tiene funciones sociales. Una de ellas es proporcionar una estimación de sí mismo, condición indispensable para cualquier desarrollo, sea este personal o colectivo”. Thierry Verles (1994), *Leader*. (Molano, 2006, pág. 6)

2.4.3. IMPORTANCIA DE LA CULTURA COMO PRESERVACIÓN DE LA IDENTIDAD PROPIA

La importancia va desde la aceptación de la existencia de la diversidad de nuestros pueblos, como un país plurinacional donde hay diferentes creencias, costumbres, razas y preferencias hasta conocer la importancia de la inclusión de estos grupos minoritarios.

Las comunidades que ciertamente conservan rasgos, vestimentas, lenguaje son aún pocos incluidos dentro del tratamiento informativo de los medios de comunicación, en especial los medios privados, no obstante el Gobierno actual y por ende el canal del Estado, ha tomado en cuenta este tema, por ello ha incorporado la difusión de la lengua autóctona del país, el kichwa.

El resultado es indiscutible tanto a corto como a largo plazo, ya que esto hace que sobreviva su lengua y se mantenga en el futuro. Un ejemplo:

Las cadenas sabatinas, transmisiones o demás publicaciones de carácter nacional que ha llevado a cabo el Presidente han provocado sensación de bienestar, ya que esta transmite y hace partícipe a los ciudadanos de las diferentes comunidades indígenas de escuchar y ver que su lenguaje y representantes de comunidades o sectores están presentes, lo que beneficia con el tiempo a las nuevas generaciones de no dejar de lado su lengua natal, y de sentir orgullo y seguridad de que su comunidad es tomada en cuenta. Así también apunta este apartado de la (María Elena Infante Miranda, 2011, pág. 3):

“Es, por tanto, insoslayable la preservación de los valores más auténticos para garantizar la permanencia en el tiempo del acervo cultural que cada pueblo ha heredado y debe legar a las futuras generaciones; el cual ha de estar en armonía con el patrimonio universal, aunque sin asumir posiciones miméticas que lo alejen de su idiosincrasia y generen una actitud de desarraigo.”

Esta importancia ha sido atendida por el Gobierno actual que ha hecho participe a los pueblos minoritarios en las diferentes actividades: política, económica, social que dan pie e incentivo y de no sentirse aislados... Así también lo señala la Olga Lucía Molano en su publicación: La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial.

“El tema cultural es muy amplio y abarca varios aspectos como el económico, donde la cultura se vincula al mercado y al consumo y se manifiesta en las llamadas industrias culturales (empresas editoras, casas de música, televisión, cine, etc.); el desarrollo humano, donde la cultura juega un papel de cohesión social, de autoestima, creatividad, memoria histórica, etc.; y la cultura plasmada en el patrimonio material e inmaterial, donde entran actividades y políticas públicas orientadas a la conservación, restauración, puesta en valor, uso social de los bienes patrimoniales, etc.” (Molano, 2006)

2.4.4. TELEVISIÓN CULTURAL

Una televisión cultural es aquella que no solo se limita a la mera transmisión de productos culturales extranjeros, si no a crear productos sobre su propia cultura de manera que sea una vitrina de lo que hay en un determinado país o región. La cultura como rasgos de identidad, costumbres necesita un espacio propio para que sea vista y apreciada por sus propios habitantes.

“Es cultural aquella televisión que no se limita a la transmisión de cultura producida por otros medios sino que trabaja en la creación cultural a partir de sus propias potencialidades expresivas.” (Barbero, Jesús Martín, 2001)

Una televisión cultural abre camino a que su audiencia esté dispuesta a adquirir los saberes autóctonos donde permanecen la identidad, la lengua y demás rasgos que solo el saber de la cultura brinda:

”La televisión cultural puede darle a los jóvenes la ocasión para reencontrarse creativamente con su sociedad”.
(Barbero, Jesús Martín, 2001)

En Ecuador, con la llegada del Gobierno de Rafael Correa ciertos aspectos relacionados a la calidad de contenido en los medios de comunicación han cambiado y lo siguen haciendo.

La televisión pública ha transformado significativamente el concepto de “La televisión en el Ecuador”, ya que anteriormente existía el imaginario negativo sobre ella, como lo menciona un estudio de la Cespal:

“Chasqui difundió un estudio externo sobre la relación que los niños, niñas y adolescentes (NNA) tienen con la televisión (Larrea, 2007). La hipótesis de que la TV fomenta la violencia entre los NNA se confirmó parcialmente tras la sistematización de los datos de grupos focales y una encuesta. Del conjunto de conclusiones a las que se llegó, se destaca que el medio audiovisual es una de las fuentes generadoras de violencia, pero no es la que más influye en la forma de actuar de los NNA; y que las percepciones sobre la TV, como uno de los principales responsables de la generación y reproducción de la violencia, son “abismalmente” diferentes entre adultos, niños y adolescentes.” (Nilda Jacks, 2011, pág. 190)

2.5. LOS IMAGINARIOS

Es necesario hablar sobre el tema de los imaginarios para comprender su significado y entender cuál es la construcción que tienen los ecuatorianos sobre la producción nacional audiovisual y los programas culturales. En una entrevista realizada a Nestor Canclini alude a que el imaginario son entre otras cosas representaciones simbólicas:

“Lo imaginario remite a un campo de imágenes diferenciadas de lo empíricamente observable. Los imaginarios corresponden a elaboraciones simbólicas de lo que observamos o de lo que nos atemoriza o deseáramos que existiera. (Lindón, 2007, pág. 90)

En el mismo texto de Canclini hace una relación con lo que llama totalizaciones y destotalizaciones refiriéndose a que no conocemos en totalidad la realidad y que las teorías del conocimiento contemporáneas desconfían de las visiones totalizadoras. Por otro lado, menciona que distorsionamos desde nuestras perspectivas el análisis, por ello, el saber científico pretende controlar la parcialidad para encontrar un saber que se aproxime a lo universal.

“No podemos afirmar rotundamente que disponemos de un saber, pero tampoco podemos decir que hacemos ciencia, ni siquiera ciencia social, si no problematizamos el punto de vista y las condiciones contextuales, parciales, desde la cuales producimos el conocimiento (Lindón, 2007, pág. 90).

“Lo imaginario viene a complementar, a dar un suplemento, a ocupar las fracturas o los huecos de lo que sí podemos conocer. No se ha dejado de hablar de los modos de producción, de totalidades sociales en un sentido amplio, pero actualmente lo hacemos con prudencia y con “temor”, sabiendo que no estamos hablando de todo lo que existe. (Lindón, 2007, pág. 90)

Hablar de imaginarios también es remitirse sobre los imaginarios urbanos ya que cumplen una función importante en la construcción que tienen sus integrantes en una sociedad, debido a que las ciudades son heterogéneas producto de la interculturalidad: esto significa la existencia de varias culturas en un mismo entorno, un caso particular puede ser personas que migran de

un pueblo pequeño a una gran ciudad. Sansot un estudioso sobre las culturas urbanas se refiere con este tema a "pequeñas personas":

"El tema de la vida urbana, como parte de los estudios recientes sobre los imaginarios urbanos, introduce, efectivamente, una dimensión nueva: el interés por esas pequeñas personas [*gens de peu*) que analizó Sansot en su tiempo, por sus formas particulares de apropiarse del espacio urbano, de organizado para garantizar no solo su supervivencia urbana, sino mucho más allá, la vida urbana misma." (Hiernaux, 2007, pág. 24)

El imaginario es entonces diferente de acuerdo a cada cultura en el que construyen sus imaginarios a partir de sus propias experiencias. Por esto lo que parecería universal no pudiera serlo debido a las particularidades que existen en las culturas.

Pero ¿qué afectación tienen los medios de comunicación en los imaginarios urbanos?, Los medios de comunicación en la actualidad reafirman una realidad que ya existe en los imaginarios de los ecuatorianos, para ser más concreto este párrafo: conocemos que en nuestra sociedad ha sido un gran problema la falta de interés y de apreciación por lo que producimos. La dificultad o el no querer identificarnos como lo que somos y tenemos como cultura ha sido un problema que yace hace varios años con nosotros.

Dicho problema es por la falta de cobertura de productos nacionales bien elaborados, conjuntamente a un discurso, aunque no sea explícito, sea nacionalista.

Por ello los medios de comunicación masivos cumplen un papel importante en el incentivo y formación en el ciudadano para contribuir positivamente al imaginario de lo que somos:

"Sin embargo, parecería que los grupos dominantes tienen un papel decisivo en la construcción de los imaginarios urbanos actuales: por una parte, imprimen su sello sobre la producción de los medios masivos de comunicación que orientan ciertos imaginarios por el bombardeo de imágenes que ofrecen." (Hiernaux, 2007, pág. 27)

Es decir el impacto que tienen los medios de comunicación puede ser tan decisivo y legitimador en la formación de los imaginarios de las personas en

cuanto a que ellos son los que dan referencias de sentidos a través de las imágenes.

La importancia de la identidad es que sobreviva y esté presente, pero muchos medios masivos prefieren minimizar o no transmitir aquello porque son grupos minoritarios, lo que puede ocasionar en un futuro que ya no sean reconocidas con el tiempo y haya una pérdida en su carga afectiva y simbólica. Así también lo alude Baczko:

“Baczko también problematiza el papel de la alfabetización y los medios de comunicación en la difusión de los imaginarios sociales. Considera que el impacto de aquellos sobre las mentalidades depende fundamentalmente del control que se posea de esos circuitos. El dominio simbólico será posible sólo si se controlan esos medios que constituyen otros tantos “instrumentos de persuasión, de presión, de inculcación de valores y de creencias” (1991:31).” (Dr. José Cegarra, 2012).

No obstante, los imaginarios tienen varios conceptos según la perspectiva en que se lo trate, por ello como último citado se expone a un reconocido estudioso del imaginario social José Luis Pintos:

“Aquellas representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación y de integración social y que hacen visible la invisibilidad social” (1995:8). Los imaginarios “hacen visible lo invisible”, es decir, las regulaciones sociales adquieren “materialidad” sólo cuando son puestas en escenas a través de las actuaciones debidamente sancionadas y reguladas de los comportamientos individuales. Cada acto individual de lo cotidiano o del mundo de la vida da cuenta de los imaginarios como esquemas de esa integración social, a su vez permite el reconocimiento de los otros y de sí mismo como sistema de identificación.” (Dr. José Cegarra, 2012)

“Aquellos esquemas, contruidos socialmente, que nos permiten percibir algo como real, explicarlo e intervenir operativamente en lo que en cada sistema social se considere como realidad” (1999:5). (Dr. José Cegarra, 2012)

2.6. DISCURSO TELEVISIVO DIRIGIDO AL PÚBLICO JUVENIL

La televisión es un instrumento fundamental para el entendimiento de lo que sucede alrededor de nuestro medio y del mundo, pues es este el que está a cargo no solo de transmitir información si no también crear una percepción acerca de una situación determinada.

Así también lo alude (María Amor Pérez Rodríguez Huelva, 2005, pág. 199):

“El mensaje televisivo es arrollador. Su fuerza está en su poderoso lenguaje que yuxtapone el código sonoro, icónico y lingüístico. El discurso televisivo es ininterrumpido y produce una sensación de realidad que no tienen otros medios, además de que ofrece una gran cantidad de contenidos, a todas las horas y en varias cadenas”.

Este medio de gran influencia para la formación en la sociedad transmite en sus diferentes clasificaciones ya sea, informativos, educativos, culturales religiosos, infantiles, entretenimiento y de variedades, con códigos o narrativas que sean atractivos al espectador pues en la televisión los contenidos no son improvisados sino previamente estructurados para lograr la mayor sintonía de rating, eso es lo que realmente quiere lograr por lo general la televisión, porque su principal objetivo es vender.

“La realidad se convierte en espectáculo y se transmite por medio de la dramatización de todo lo cotidiano. Como consecuencia, los mensajes de la televisión suelen promover los estereotipos distorsionando la realidad, falseándola y haciéndola superficial, No hay duda de que influye de forma determinante el que la televisión sea un bien de consumo” (María Amor Pérez Rodríguez Huelva, 2005, pág. 200)

En la televisión ecuatoriana los discursos televisivos para los jóvenes están exagerados en términos de la espectacularidad como forma de llamar la atención. Estos programas que reinan en nuestra pantalla actual son los realities shows y la farándula, siendo esto de gran preocupación por sus contenidos insignificantes.

Por su parte los programas culturales aún son de falta de interés por los medios televisivos y los jóvenes, pues por lo general la televisión nacional

no los aborda porque no son formatos vendedores y el público juvenil no los ve porque no les agrada su contenido.

¿De quién es el problema? podríamos decir que ambos, pues la ley impone que los medios están obligados a producir programas de este corte, sin embargo hay escasez de este, en segundo lugar la forma en que lo abordan, en cuanto contenido, estructura y demás, no son acordes a los gustos de los jóvenes. Es decir el discurso que debe de tener un programa juvenil debe de corresponder a los gustos y preferencias de ellos.

2.7. PRODUCCIÓN NACIONAL EN ECUADOR

En la programación de los canales de televisión de señal abierta priorizan en las parrillas las producciones internacionales debido a la alta sintonía que tienen, ya que estos productos están técnicamente bien elaborados, es decir determinan dos factores: la comodidad y la sintonía que ya ha tenido el formato extranjero “porque comprar es más fácil que hacer”.

La cobertura a la producción nacional está limitada a programas de entretenimiento, que es lo que abunda en nuestra televisión como realities, series cómicas, programas concurso, telenovelas, etc, pero esta producción nacional en la mayoría son formatos extranjeros que han tenido éxito, así como también programas de formato informativo como noticiarios, debates y análisis.

En un espacio del diario El Telégrafo señala:

“El rating es rey: a mediados de 2013, las dos primeras temporadas de la exitosa serie de Ecuavisa, El Combo Amarillo –surgida a partir de la telenovela Rosita la taxista–, ocupaba el segundo y el tercer lugar en la lista de los programas más vistos en el país, según el informe Obitel 2013, cuya sección ecuatoriana está a cargo del Ciespal.

En el décimo lugar aparecía Mi Recinto, y hasta ahí llegaba la producción nacional en el top 10 de los contenidos preferidos por la teleaudiencia de Ecuador. Los otros programas eran en su mayoría telenovelas extranjeras.

La comedia ha sido por lo general la apuesta de las productoras ecuatorianas para televisión, una decisión basada en la lógica del rating.” (El Telégrafo, 2014)

Los canales de televisión están cumpliendo con la ley pero ésta aún es insuficiente pues la ley de comunicación les dio tres etapas para que dichos canales cumplan paulatinamente:

“El artículo 97 de la LOC tiene como meta que, entre las 06:00 y las 18:00, el 60% de los programas sean de producción nacional.

Sin embargo, ese es un aumento gradual que deberá ser cumplido en tres etapas: el primer año, el mínimo es del 20 %, el segundo año, del 40 % y el tercero, la cuota ya debe completar el 60%” (El Telégrafo, 2014)

“Pero los canales de televisión están relajados con respecto a estos límites: la fecha para cumplir con el mínimo se calcula con la entrada en vigencia del Reglamento de la Ley de Comunicación, el cual se expidió el pasado 25 de enero. Es decir, los canales tienen hasta inicios de 2015 para alcanzar la meta.” (El Telégrafo, 2014).

Los canales de televisión nacional están técnicamente cumpliendo con la ley pero esto no quiere decir que estén transmitiendo contenidos óptimos solo por cumplir la ley de “producción nacional”, ya que esta comprende desde noticieros, publicidad hasta programas de farándula y entretenimiento.

La función de la televisión de educar, formar y entretener aún está lejos de la realidad, ya que existen más programas de entretenimiento. Es de gran reto atreverse a transmitir programas de calidad pensando en la responsabilidad social que es de enseñar y no del rating.

Algunos datos que menciona en la página de (El Telégrafo, 2014):

“**Faltan 16 días** para que se llegue al primer año de la vigencia de la Ley Orgánica de Comunicación promulgada el 25 de junio de 2013, cuando fue publicada en el RO.

En materia de ficción, los dramas no gozan de mayor espacio ante el éxito de las series de comedia: En 2013, la primera y segunda temporada de El

Combo Amarillo ocupaban el segundo y tercer lugar del top 10 de programas más vistos en el país.

El 25 de enero se aprobó el Reglamento General de la Ley de Comunicación. Es decir que el plazo para llegar al 20 % que se exige en el primer año es enero de 2015.

La mayor parte de la producción nacional en los canales de televisión de Ecuador son los programas de noticias. En promedio, cada canal emite entre 4 y 7 horas diarias.” (El Telégrafo, 2014)

En este gráfico de los géneros de programas ofrecidos por la Tv muestra lo que prima en nuestra pantalla, este estudio fue realizado por el Observatorio Iberoamericano en el año 2013 (Guillermo Orozco Gómez, Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Coordinadores Generales, 2013)

Géneros transmitidos	Horas de exhibición	%
Información	19840:40	19,5
Ficción	44936:05	44,7
Entretenimiento	12528:25	12,3
Religioso	2041:30	2,0
Deporte	6042:10	6,0
Educativo	3010:15	2,9
Político	889:05	0,8
Otros	10821:25	10,7
Total	100108:35	98,95

Tabla 1 Géneros de programas ofrecidos por la TV Fuente: Obitel Ecuador

En este gráfico vemos los diez títulos más vistos: origen, rating, share, donde precisamente la mayor sintonía tiene más un programa “enlatado”. (Guillermo Orozco Gómez, Maria Immacolata Vassallo de Lopes, Coordinadores Generales, 2013)

	Título	País de origen de la idea original o guión	Casa Productora	Canal	Nombre del guionista o autor de la idea original	Rating	Share
1	<i>El capo 2</i>	Colombia	RCN	TC	Gustavo Bolívar	13,7	21,5
2	<i>El combo amarillo 3D (3ª temporada)</i>	Ecuador	Ecuavisa	Ecuavisa	Christian Cortés, Miguel Calero, Cecil Estacio	13	22,2
3	<i>El combo amarillo (2ª temporada)</i>	Ecuador	Ecuavisa	Ecuavisa	Christian Cortés, Miguel Calero, Cecil Estacio	12,9	21,3
4	<i>El Joe, la leyenda</i>	Colombia	RCN	TC	Andrés Salgado y Natalia Ospina	12,2	17,4
5	<i>Corazón apasionado</i>	Venezuela-EEUU	Venevisión Internacional	TC	Alberto Gómez	11,9	17,3
6	<i>Tres Milagros</i>	Colombia	Teleset / RCN	TC	Carlos Duplat Luz Mariela Santofimio	11,7	16,2
7	<i>Fina estampa</i>	Brasil	O Globo	Ecuavisa	Aguinaldo Silva	11,3	16,9
8	<i>La Mariposa</i>	Colombia	Fox Telecolombia / RCN	TC	Augusto Ramírez	10,9	15,8
9	<i>El man es Germán</i>	Colombia	RCN	TC	Juan Manuel Cáceres Niño, Héctor Alejandro Moncada	10,9	15,5
10	<i>Mi Recinto (13ª temporada)</i>	Ecuador	TC	TC	Fernando Villarroel	10,6	16,9
Total de Producciones: 10				Guiones Extranjeros: 7			
100%				70 %			

Tabla 2 Los 10 títulos más vistos: Origen, rating, share Fuente: Obitel Ecuador

2.7.1. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La Ley Orgánica de Comunicación aprobada el 25 de junio de 2013, estipula a la creación y transmisión de producción nacional. Este incentivo ha logrado que progresivamente se estén realizando producciones de este corte, ya que La Ley de Comunicación así lo dispone (Asamblea Nacional, 2013, pág. 17)

“Art.- 97.- Espacio para la producción audiovisual nacional.- Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60 % de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10 % de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio”.

Si bien es cierto para algunos esta ley es un tanto reguladora, no hay que dejar de admitir que es una oportunidad para que exista un porcentaje fijo de producción nacional, así como también la regulación de programas que no contribuyan al conocimiento y sean a su vez agresivos. Como dice en la Ley Orgánica de Comunicación (Asamblea Nacional, 2013, pág. 13)

“Art.- 66.- Contenido violento.- Para efectos de esta ley, se entenderá por contenido violento aquel que denote el uso intencional de la fuerza física o psicológica, de obra o de palabra, contra uno mismo, contra cualquier otra persona, grupo o comunidad, así como en contra de los seres vivos y la naturaleza. Estos contenidos solo podrán difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y adultos de acuerdo con lo establecido en esta ley. El incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omita cumplir con esta obligación”.

Por otro lado tenemos la presencia de los programas culturales como normativa en la Televisión ecuatoriana:

“Art.- 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos.- Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos

deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos”. (Asamblea Nacional, 2013, pág. 3)

“Art.- 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional.- Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5 % de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación. La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación, será y la Comunicación con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos”. (Asamblea Nacional, 2013, pág. 8)

“Art.- 49.- Atribuciones.-

4. Determinar mecanismos que permitan la variedad de programación, con Orientación a programas educacionales y/o culturales;
5. Establecer mecanismos para difundir las formas de comunicación propias de los distintos grupos sociales, étnicos y culturales;”. (Asamblea Nacional, 2013, pág. 10)

CAPÍTULO 3

3. METODOLOGÍA

En este capítulo se desarrolla el tipo de investigación que se empleó en este trabajo de titulación, además, contiene las técnicas e instrumentos de investigación que se utilizaron para la recolección de los datos.

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación es de tipo cuantitativo, debido a que se basa en la medición de las características que la investigadora desea descubrir, a través de estadísticas donde busca generalizar. Este enfoque está orientado a la demostración o negación de una hipótesis mediante la recolección de datos con base en la medición numérica y el análisis estadístico, a fin de tratar de establecer patrones de comportamiento con respecto a la recepción del programa cultural *Expresarte*.

Por otro lado se utilizó el enfoque cualitativo donde se orienta a profundizar, buscar rasgos subjetivos, cualidades, percepciones, profundidad de ideas, y por el contrario de lo cuantitativo, no usa estadísticas.

3.2. ENFOQUE METODOLÓGICO

CUANTITATIVO:

En este estudio se realizó 230 encuestas a un grupo de estudiantes de entre 17 a 20 años de una Universidad pública y 84 encuestas de una Universidad privada con el fin de conocer y comparar de acuerdo a estas dos categorías cuántos de ellos consumen la programación “*Expresarte*” en los siete canales de señal abierta.

CUALITATIVO:

En este estudio el enfoque cualitativo ayudó a interpretar los datos recogidos a través de entrevistas en profundidad a Directores y Productores del Programa Expresarte, con el fin de realizar una indagación auto reflexiva. Asimismo, se realizó grupos focales, con un grupo de estudiantes de dos Universidades, una pública y la otra privada con el objetivo de establecer la diferencia de percepciones de acuerdo al factor socio-ideológico. Además de exponer el problema, se va a aportar las características a mejorar, brindadas por los sujetos estudiados para que sean tomadas en cuenta en el programa.

3.3. UNIDAD DE ANÁLISIS, POBLACIÓN Y MUESTRA

Esta es investigación mixta, es decir cuantitativa y cualitativa, con un muestreo probabilístico de aleatorio simple, ya que con esta técnica todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos en la muestra.

Es de tipo Exploratorio debido a que el tema no ha sido estudiado y se va identificar por primera vez los rasgos de este fenómeno televisivo cultural.

En el enfoque cuantitativo, se realizó 230 encuestas a estudiantes de una universidad Pública y 84 encuestas a estuantes de una Universidad privada para conocer los hábitos de sintonía, la identificación del Programa, en que canal lo sintonizan, la frecuencia que lo han visto y cómo lo catalogan.

De acuerdo los datos proporcionados en estas dos Universidades sobre la cantidad de alumnos en la carrera mencionada, en las edades de 17 a 20 años de primero a quinto ciclo, se calcula la muestra utilizando la fórmula para poblaciones finitas.

El margen de error es del 5 %, el nivel de confianza 95, el nivel de heterogeneidad 50. Realizando la operación estadística, se presenta la muestra en el siguiente cuadro:

Población y muestra	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Carrera de Comunicación Social	Universidad de Guayaquil-FACSO
Número total de estudiantes inscritos en el semestre A 2014	343	1.735
Población de 17 a 20 años de 1er ciclo a 5to ciclo	107	570
Muestra	84	230

Tabla 3 Número de estudiantes en la Carrera de Comunicación Social Fuente: Universidad Católica- FACSO

Expertos: Integrantes de los creadores del Programa Expresarte. Director General: Fabricio Terán Vélez, quien es Director además de Satré, Productor Ejecutivo, Felipe Pinzón, y Pablo Mogrovejo quien es Director de cine y audiovisuales del Ministerio de Patrimonio y Cultura.

En cuanto al monitoreo del programa Expresarte, se analizó dos meses: abril y mayo lo que da nueve Programas desde el 5 de abril hasta el 31 de mayo del presente año. Todos los sábados en el horario de 9:00 a 10:00 am,

Las fichas completas con la información obtenida pueden verse en Anexos.

3.4. CRITERIOS DE RECOLECCIÓN DE LA MUESTRA

La encuesta se estructura con ocho preguntas que corresponden al nivel de interés que tienen los jóvenes sobre los programas culturales y sobre el Programa Expresarte, conocer cuál es la frecuencia y los temas de preferencia.

Para la tabulación de los datos se dividió las encuestas por Universidades, estas son pública y privada, ya que cada una tiene un hábito diferente con respecto al consumo de televisión abierta. Esta afirmación se debe a que la investigadora realizó una pre encuesta donde se observa que los estudiantes de la Universidad privada consume en gran medida televisión pagada.

Los sujetos estudiados son de edad de 17 a 20 años de primero a quinto ciclo, ya que los jóvenes tienen una percepción clara de cómo se ha tratado la cultura antes y cómo se la está tratando ahora, debido a que pueden ver los cambios con visión optimista, pueden apoyar y ser partícipes en cuanto al arte y la cultura, es una edad activa donde pueden hacer y consumir arte sin temor a que no sea valorado, por ello el grupo focal es una herramienta fundamental para conocer estos criterios.

Se decidió realizar el trabajo de campo a estudiantes de la Carrera de Comunicación Social- Periodismo, pues como comunicadores, tienen un mejor criterio de la cultura y el arte en el país.

3.5. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Los instrumentos de investigación son herramientas útiles para la recolección de datos que corresponden a la elección de las técnicas de investigación, las mismas que deben ser relacionadas con el enfoque de investigación en este caso mixto. Los instrumentos de investigación

elegidos por la investigadora son: encuestas, entrevista a profundidad, focusgroup o grupo focal, monitoreo del Programa Expresarte en abril y mayo del presente año. Esta elección se dio bajo la premisa de lo que le interesaba a la investigadora: ven o no ven y cómo ven el Programa Expresarte.

3.6. FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

- El programa “Expresarte” presenta poca acogida por parte de los jóvenes esto corresponde a que los temas que se abordan no cumplen con sus gustos e intereses.

3.7. VARIABLES

- Cobertura a los programas culturales en la Televisión local
- Gustos y afinidades de los jóvenes sobre los programas culturales.
- Recepción del programa Expresarte en los estudiantes de una Universidad pública y una privada
- Valoración por parte de los sujetos estudiados el contenido del programa cultural Expresarte.

CAPÍTULO 4

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Este capítulo presenta el análisis de los resultados obtenidos luego de haber aplicado las herramientas e instrumentos de la investigación, como las encuestas, el grupo focal, entrevistas a profundidad, el monitoreo de los dos meses escogidos: abril y mayo y el análisis de rating.

4.1. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

Ha sido fundamental para generar el análisis de resultados contar con tres personas claves; Fabricio Terán quien es Director General del programa cultural Expresarte; Felipe Pinzón quien es el Productor Ejecutivo y Pablo Mogrovejo quien es Director de cine y audiovisuales del Ministerio de Cultura.

Estas entrevistas realizadas exclusivamente para este estudio arrojan como resultado por un lado, que Expresarte al utilizar audio grabado en vivo, formatos HD (High definition) y transmitir al artista ecuatoriano en las mejores condiciones, realza al mismo y le brinda la oportunidad de tener un espacio en televisión para exponer su arte, por otro lado es una vitrina para que el público aprecie el arte nacional y tengan conocimientos de lo que hay en nuestro país. Así lo aluden los entrevistados mencionados. Véase en segundo libro de Anexos páginas: 14-15-23-31.

El Director de Expresarte y el Productor Ejecutivo mencionan que el programa es una versión totalmente mejorada de lo que hace mucho tiempo se llamaba Nuestros Artistas, Pinzón agrega en la entrevista que el programa Nuestros Artistas al igual que Expresarte de cadena nacional, estuvieron apoyados por el artículo 46 en la anterior Ley de Radiodifusión y Televisión, esta afirmación se la puede observar en libro de Anexos página 17.

“Art. 46.- La radiodifusión y televisión propenderán al fomento y desarrollo de los valores culturales de la nación y procurarán la información de una conciencia cívica de acuerdo con los objetivos permanentes del país, tanto en lo nacional como en lo internacional. Con estos fines deberán contemplar la realización de programas o actos regulares, y en la programación musical, incluir la difusión de música nacional, en una proporción del 25% de dicha programación y del 5% de música clásica como mínimo. Toda radiodifusora o televisora deberá comunicar al Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones, la forma y horario de cumplimiento de estas obligaciones. La estación que las incumpliere será sancionada conforme a esta Ley”. (GENERAL GUILLERMO RODRIGUEZ LARA, 1975)

La diferencia que existe en la Ley de Radiodifusión y Televisión, que por muchos años estuvo en vigencia y la actual Ley de comunicación, es que este artículo menciona la palabra propender que refiere a inclinarse por la producción nacional y por ello lo que hacían los canales en aquel tiempo era simplemente turnarse entre ellos mismos para transmitir en este caso el programa Nuestros Artistas, pero no era una obligación hasta el 14 de junio del 2013, en el que entró en vigencia la también llamada la Ley Orgánica de Comunicación, así lo menciona Felipe Pinzón, véase en Anexos página 18.

Actualmente Expresarte se basa especialmente bajo el pedido que realizó Fernando Alvarado, Secretario Nacional de Comunicación y mediante una carta pidió a los canales de Televisión que pasen en formato de cadena nacional el programa Expresarte no solo con la intención que los canales promuevan el arte nacional sino de generar una verdadera cultura sobre el mismo, así lo alude Pinzón véase en Anexos página 19.

Pinzón comenta que “Expresarte aprovechó una ley que prácticamente obligaba a un canal de televisión que dé una hora para un programa de arte y cultura. De esa gestión se encargó netamente la SECOM y de hecho menciona que les gustaría como productores estar en un horario AAA de la noche, estar un domingo a las 8:00 pm o sábado, ya que están en un horario infantil”. (Pinzón, 2014)

“La SECOM tomo la decisión por varias razones, quería un programa que antes del enlace sabatino suavice y capte mayor público para que luego se

quede viendo Enlace sabatino. Por otro lado los canales de televisión difícilmente te van a regalar o te van a ceder una hora donde comercializan, o sea un AAA ganan plata por que venden publicidad,”. (Pinzón, 2014) Véase en Anexos página 25.

En cuanto a los efectos positivos de este programa es que se han descubierto talentos alrededor de país, Pablo Mogrovejo y Felipe Pinzón coinciden con un cantante destacado que salió en Expresarte; “Jhon Peter Vernaza, un ciudadano de Galápagos, afro ecuatoriano que después de participar en Expresarte hizo la producción del disco de Alberto Plaza a “la mitad de mi mundo”, para la interpretación de la canción Morí que es un cover del grupo tranzas y con este dueto de Alberto Plaza está en los 40 principales, lo que ha sido otro de los efectos que ha tenido Expresarte, crear y descubrir nuevos talentos locales, darle una proyección nacional e internacional” (Mogrovejo, 2014). Véase en Anexos página 27-30.

Fabricio Terán realiza una afirmación interesante y digna de futuros estudios ya que alude sobre la cultura y la forma en que nos estamos acercamos a ella, sobre ello expresa: “...en estos momentos de una mejor autoestima, te permite reconocer lo nuestro, valorar, darle un espacio, darle una percepción mayor a la que tenía antes, la posibilidad de que ahora nos miramos mejor y en esa mirada que tenemos nos reconocemos en ella y eso es súper bueno y eso es gracias a un discurso no nacionalista no patrioterero si no un discurso de apertura...”.

“Los jóvenes viajan más por el país, miran la posibilidad de ser parte de la cultura aportando dentro de la evolución de la misma, y justamente es un poco lo que han tratado de hacer en Expresarte”. (Terán, 2014) Véase en Anexos página 11-12.

4.2. RESULTADO DE LAS ENCUESTAS

4.2.1. NIVEL DE RECEPCIÓN DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA Y PÚBLICA

De acuerdo al número de muestra obtenida de ochenta y cuatro encuestados a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil de la edad entre 17 a 20 años de primero a quinto ciclo, se obtiene como resultado positivo sobre el 57% de estudiantes que si sintonizan programas culturales. Lo que quiere decir que más de la mitad de los encuestados si son afines con los programas culturales.

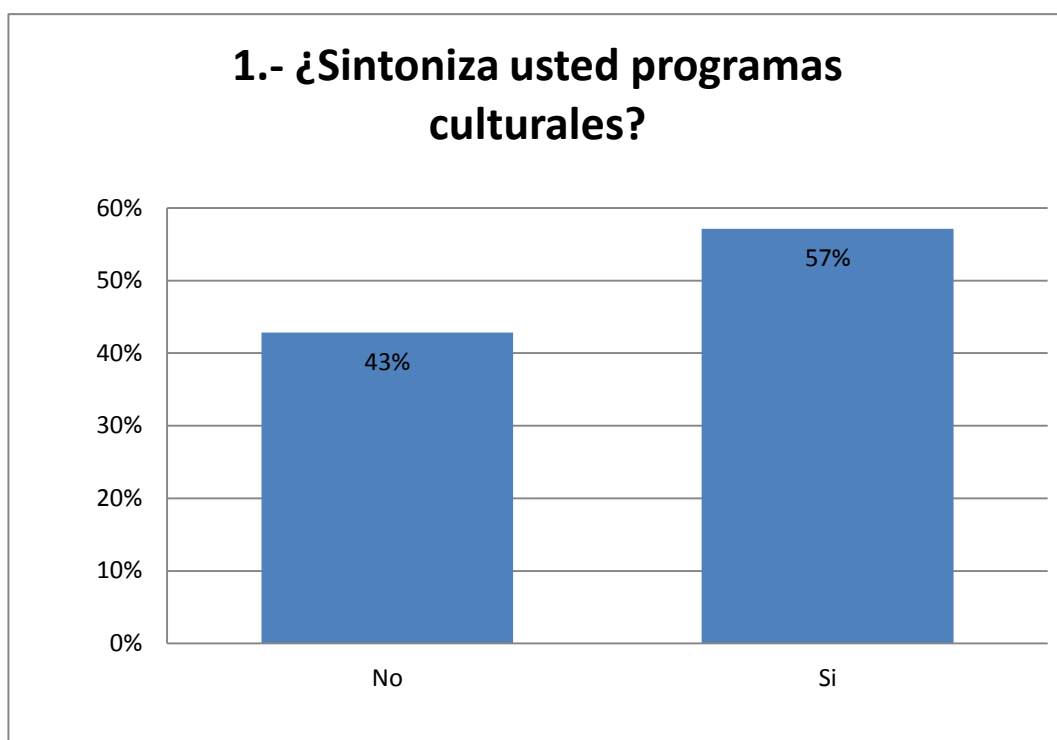


Ilustración 1 Pregunta 1.- ¿Sintoniza usted programas culturales?
Universidad privada

En la Universidad de Guayaquil, de la Facultad de Comunicación Social (FACSO) con una muestra de doscientos treinta estudiantes entre 17 a 20 años de primero a quinto ciclo, responden también favorablemente sobre la sintonía ante los programas culturales, en este grupo presenta más que la U. privada con un 68%.

Lo que significa que los programas culturales tanto para la U. privada como la U. pública no son indiferentes para los jóvenes.

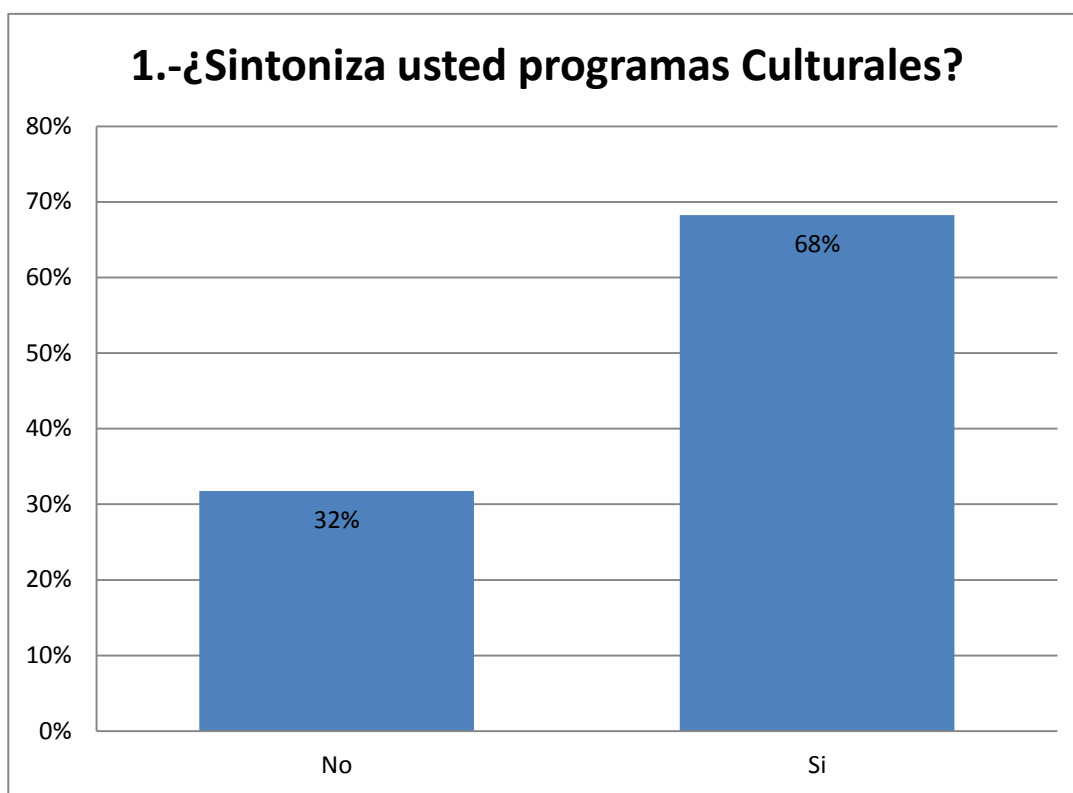


Ilustración 2 pregunta 1.- ¿Sintoniza usted programas culturales? Universidad Pública

En esta segunda pregunta se puede notar si el encuestado consume televisión gratuita o pagada, vale indicar que anteriormente a esta encuesta se elaboró una pre encuesta donde se constató que la Universidad privada consume más televisión pagada, por ello en este gráfico se observa una diferencia pronunciada: el primer gráfico que pertenece a los encuestados de la Universidad Católica con un 63 % que si conoce un programa cultural en los siete canales de transmisión abierta y un 37% que no, mientras que en el segundo gráfico con un 77 % que si conoce y un 23 % que no.

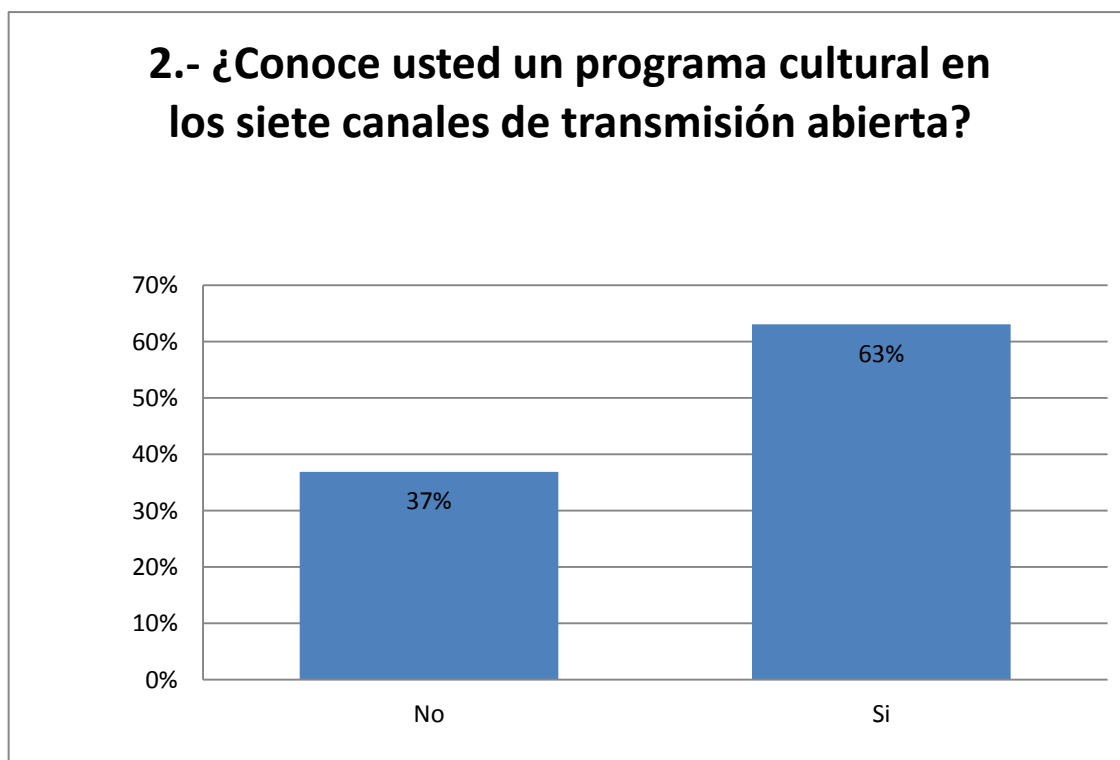


Ilustración 3 Pregunta 2.- ¿Conoce usted un programa cultural en los siete canales de transmisión abierta? Universidad privada

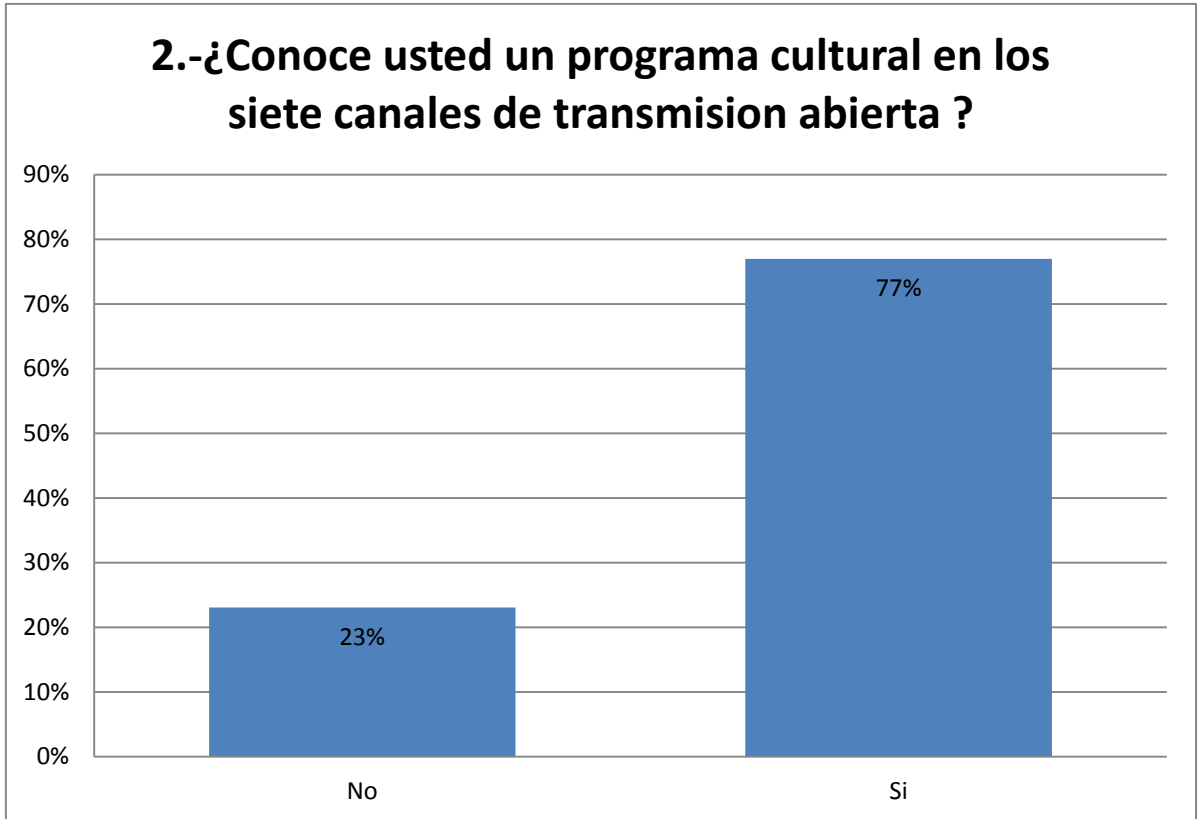


Ilustración 4 Pregusta 2.- ¿Conoce usted un programa cultural en los siete canales de transmisión abierta, Universidad pública

Con un 67% se determina que la mayoría de los estudiantes de la Universidad Católica no conocen el programa Expresarte contrariamente la Universidad de Guayaquil (FACSO) con un 60% indica que si conoce el programa. Lo que quiere decir que las cifras son opuestas y representa el poco consumo de televisión nacional por parte de los estudiantes de la Universidad privada.

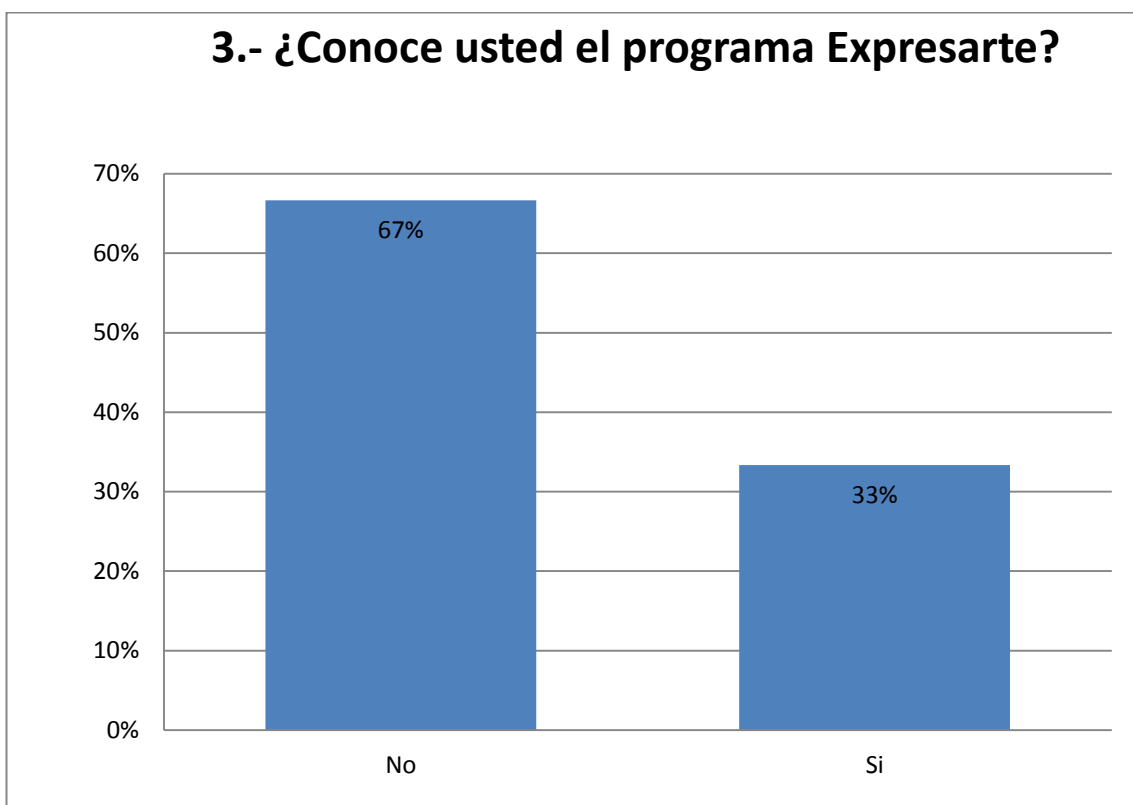


Ilustración 5 Pregunta 3.- ¿Conoce usted el programa Expresarte?, Universidad privada

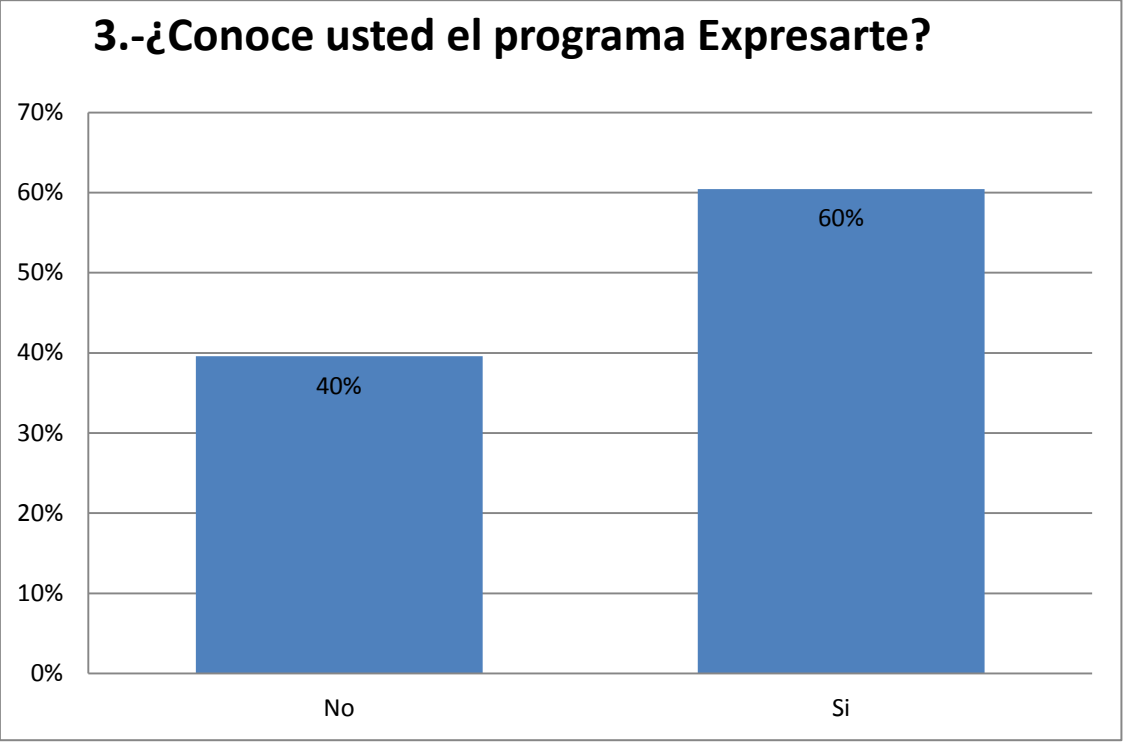


Ilustración 6 ¿Conoce usted el programa Expresarte, Universidad pública

En la cuarta pregunta, muestran los gráficos gran similitud en las dos Universidades. La respuesta que predomina en los que ven el programa es en el ítem “En varias ocasiones”: en la U. privada con un 24% y en la pública con un 43%.

En cuanto a la opción del hábito de sintonía sábado a sábado queda claro que los porcentajes en ambos son bajos, sin embargo en la Universidad pública muestra mayor interés con un 9%; retomando a la Ingeniera Clara Bograd, Analista de audiencias que menciona sobre la importancia de los lead in y lead out, que cumplen una función clave al momento de estudiar un rating o frecuencia de sintonía, ya que por este factor muchos programas tienen rating pero muchas veces lo que sucede es un arrastre de audiencias.

Por esto es importante acotar que el lead out de Expresarte es el Enlace ciudadano, y se estima que el mayor interés y fidelidad de sintonía con relación al gráfico anterior, es por la espera de la cadena nacional gubernamental y por qué el hábito de consumo de televisión gratuita es mayor que la de la U. privada.

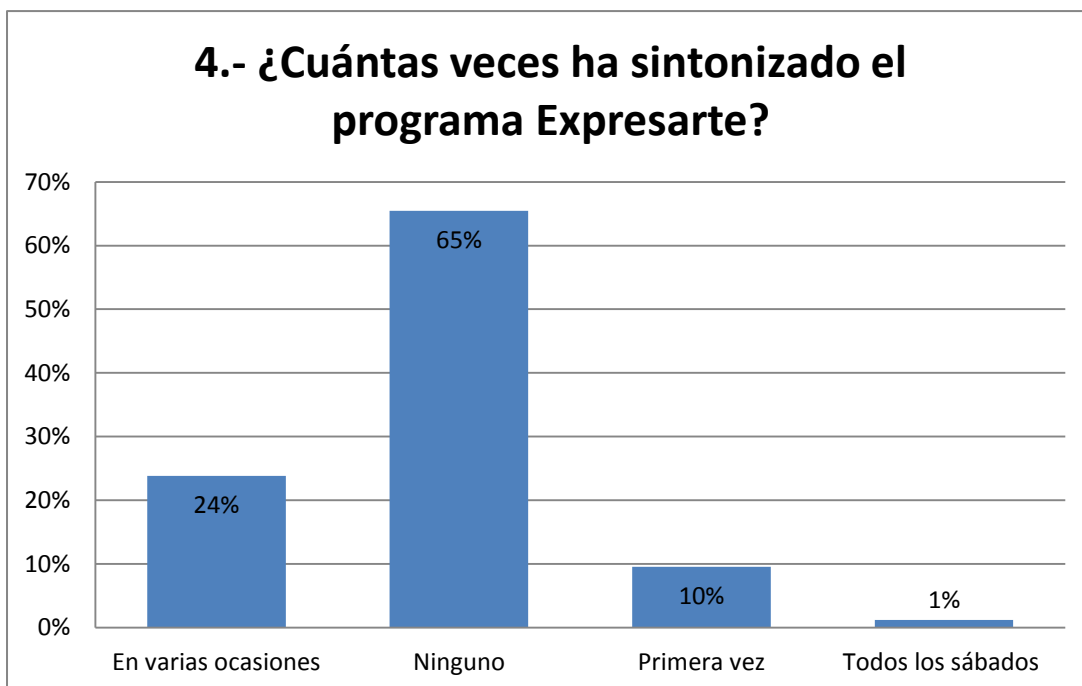


Ilustración 7 Pregunta 4.- ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? Universidad privada

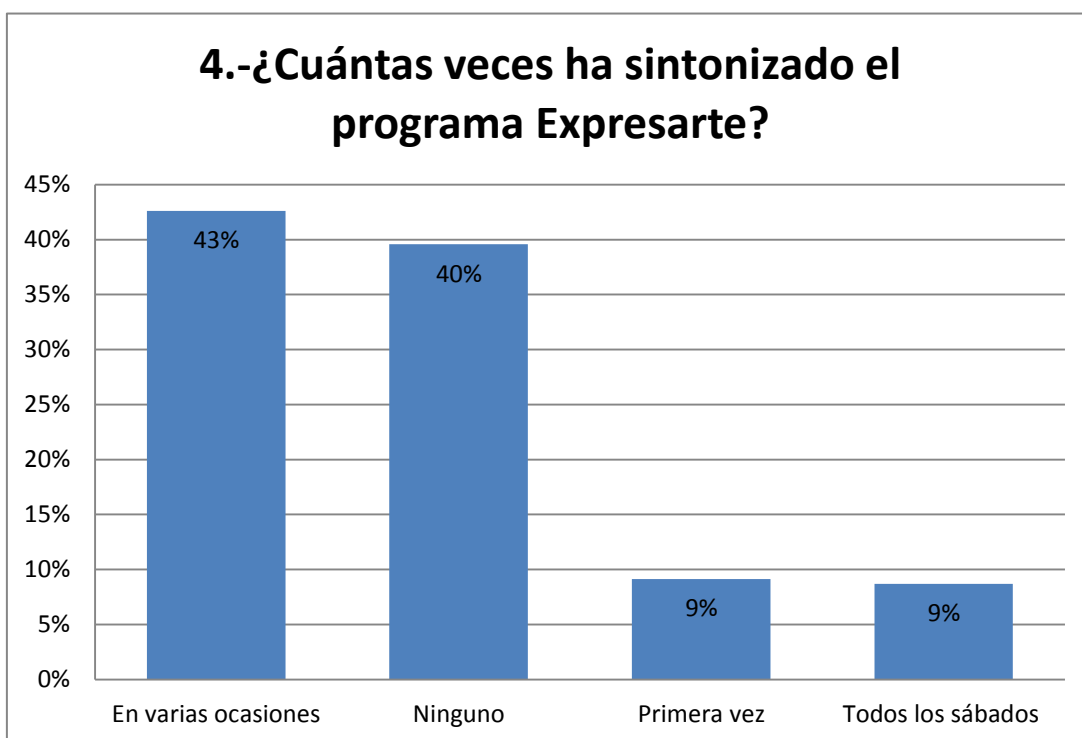


Ilustración 8 Pregunta 4.- ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? Universidad pública

Los encuestados de la Universidad privada muestra la baja sintonía del programa por ello la opción *Ninguno* refleja un gran porcentaje, debido a que no consumen *Expresarte* en su gran mayoría, seguidamente los que ven con un 26% y los que *no* con un 8% contrariamente la Universidad pública presenta un porcentaje superior con respecto al interés con el 55% y *Ninguno* que es la opción que no sintonizan o conocen el programa refleja un 40% y la respuesta *no* tiene un 6%.

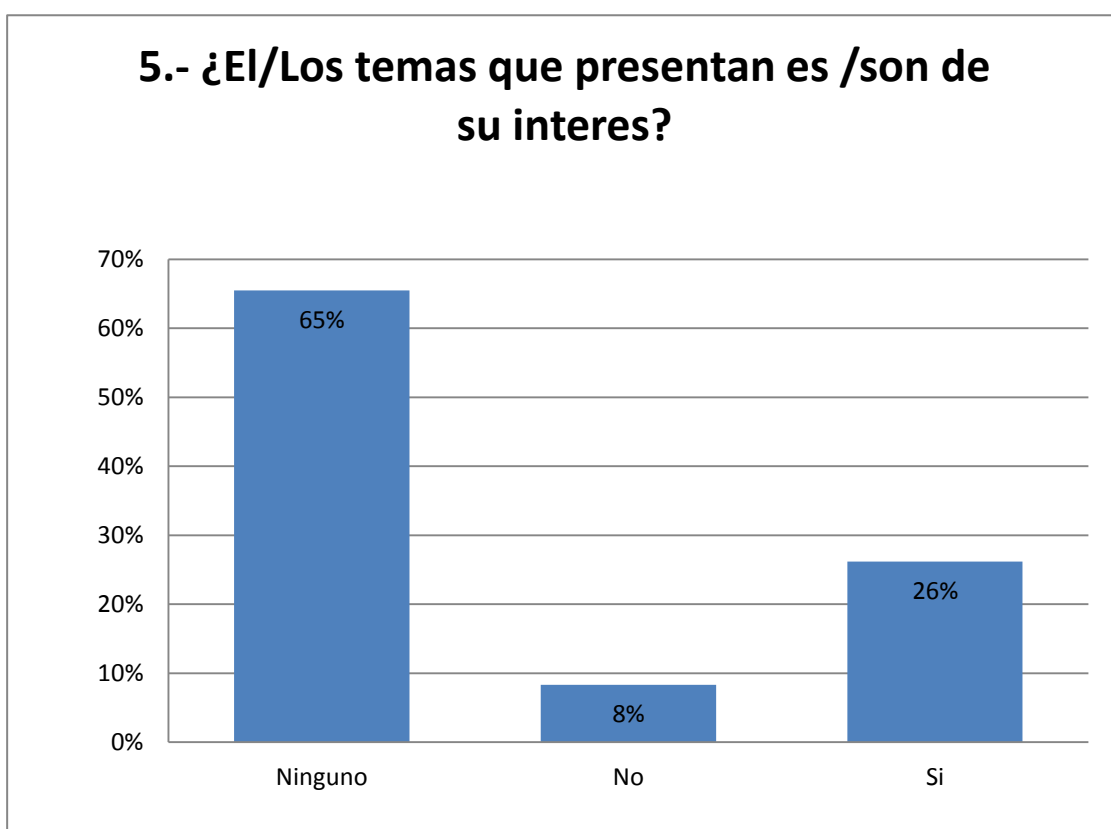


Ilustración 9 Pregunta 5.- ¿El/Los temas que presentan son de su interés?, Universidad privada

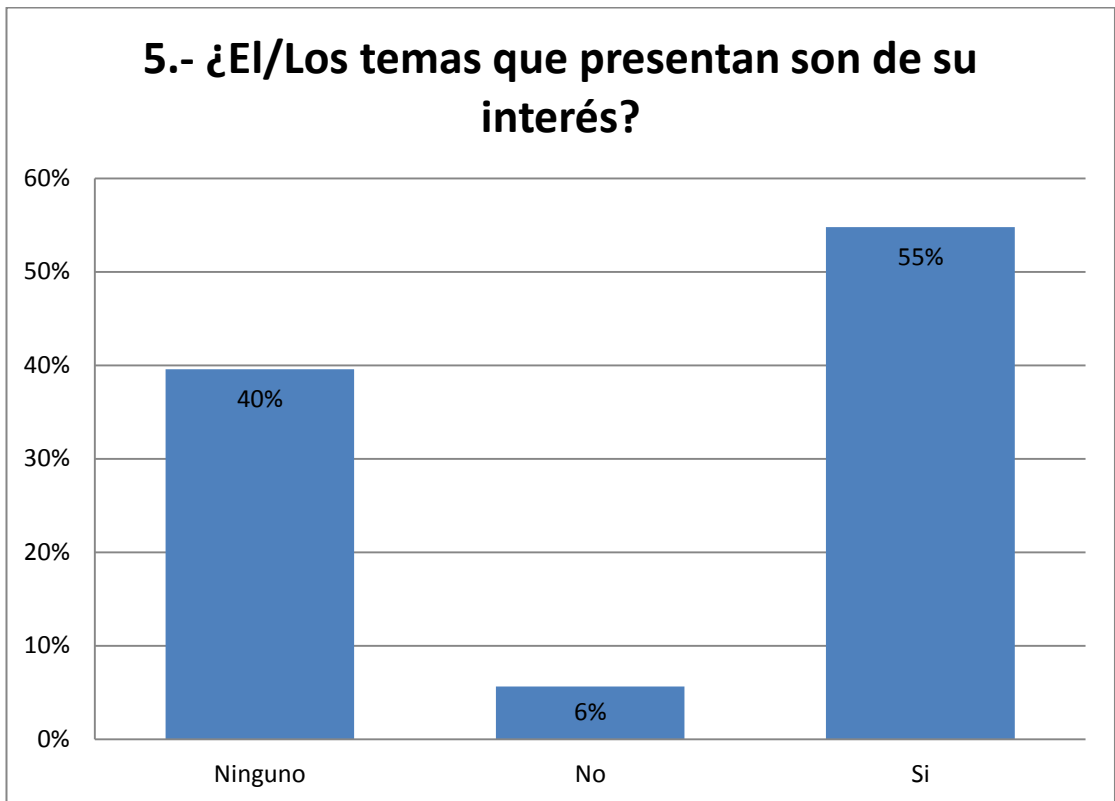


Ilustración 10 Pregunta 5.- ¿El/Los temas que presentan son de su interés?, Universidad pública

En esta sexta pregunta de los encuestados que sintonizan el programa Expresarte, se observa que la música es el mayor interés de los jóvenes, ya que en la Universidad privada obtiene el 12 % y en la Universidad pública un 28 %.

En este segundo gráfico se puede observar una mayor elección sobre este género mientras que en la Universidad privada los porcentajes son casi parejos con el tema teatral con un 10%. No obstante la FACSO también señala como segundo tema teatro con un 9%.

Los temas que menos prefieren en el caso de la U. privada no están expuestas en el gráfico las opciones de grafiti y pintura, debido a que ningún estudiante escogió estos ítems.

Con la U. pública presenta temas de menos interés en la artesanía, literatura, otros y pintura con un 2%, y coincidentemente la privada con el 1%.

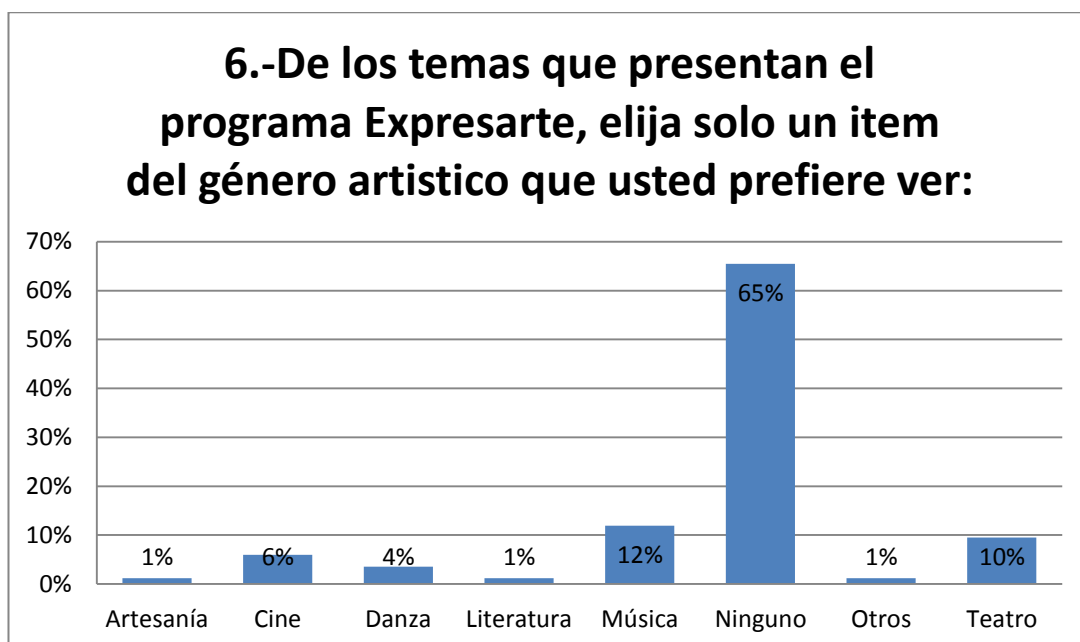


Ilustración 11 Pregunta 6.- ¿De los temas que presentan el programa Expresarte, elija solo un ítem del género artístico que prefiere ver: Universidad privada

**De los temas que presenta el programa
Expresarte, elija un solo ítem del género
artístico que usted prefiere ver:**

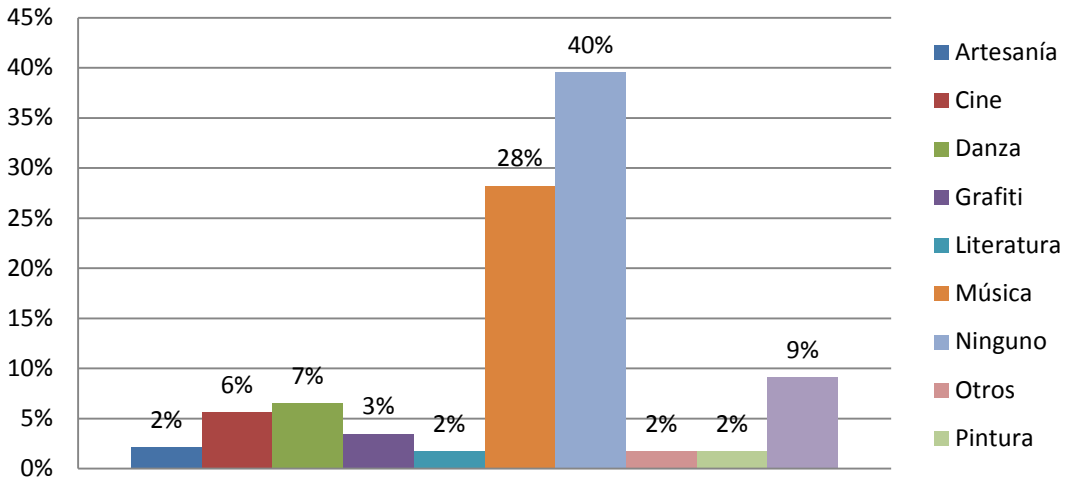


Ilustración 12 Pregunta 6.- ¿De los temas que presentan el programa Expresarte, elija solo un ítem del género artístico que prefiere ver: Universidad pública

En la séptima pregunta acerca de la calificación del programa determinan los estudiantes de la Universidad privada con un 19% y la Universidad pública con un 31% que el programa Expresarte es bueno, en el primer gráfico se observa que no está expuesto el ítem “malo” debido a que ningún estudiante escogió esta opción.

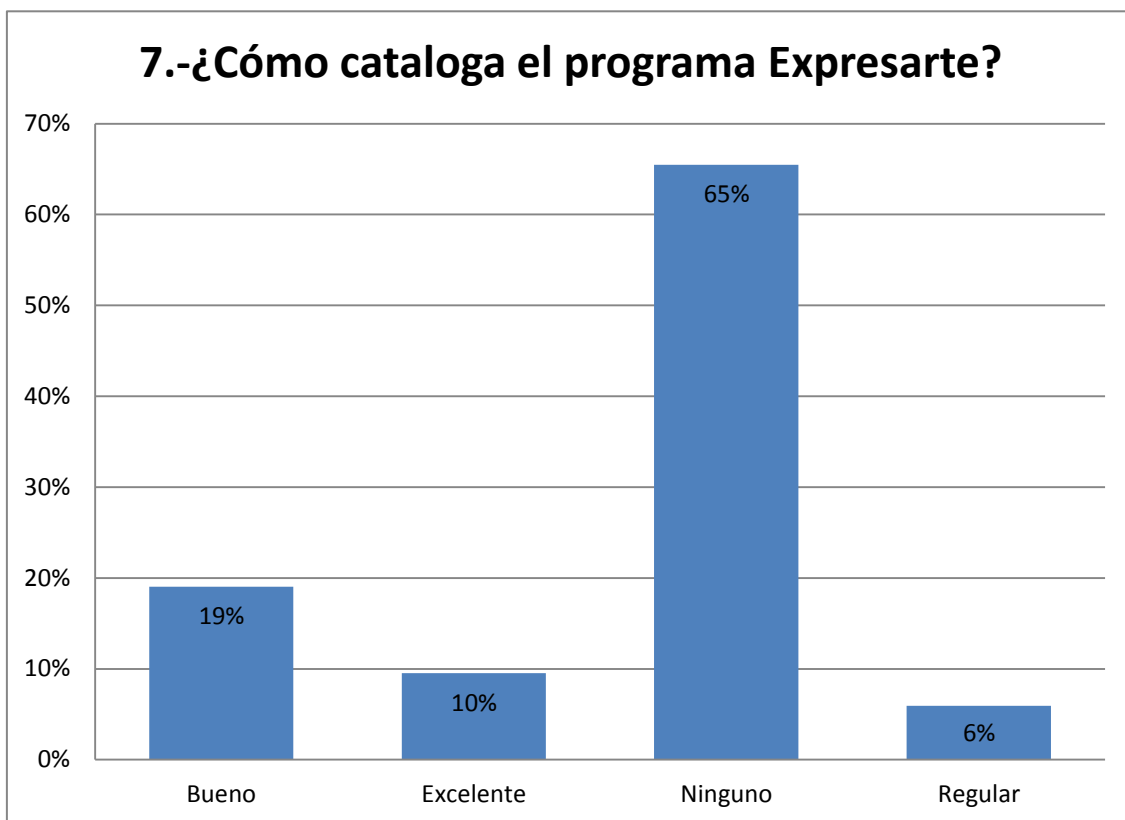


Ilustración 13 Pregunta 7.-¿Cómo cataloga el programa Expresarte? Universidad privada

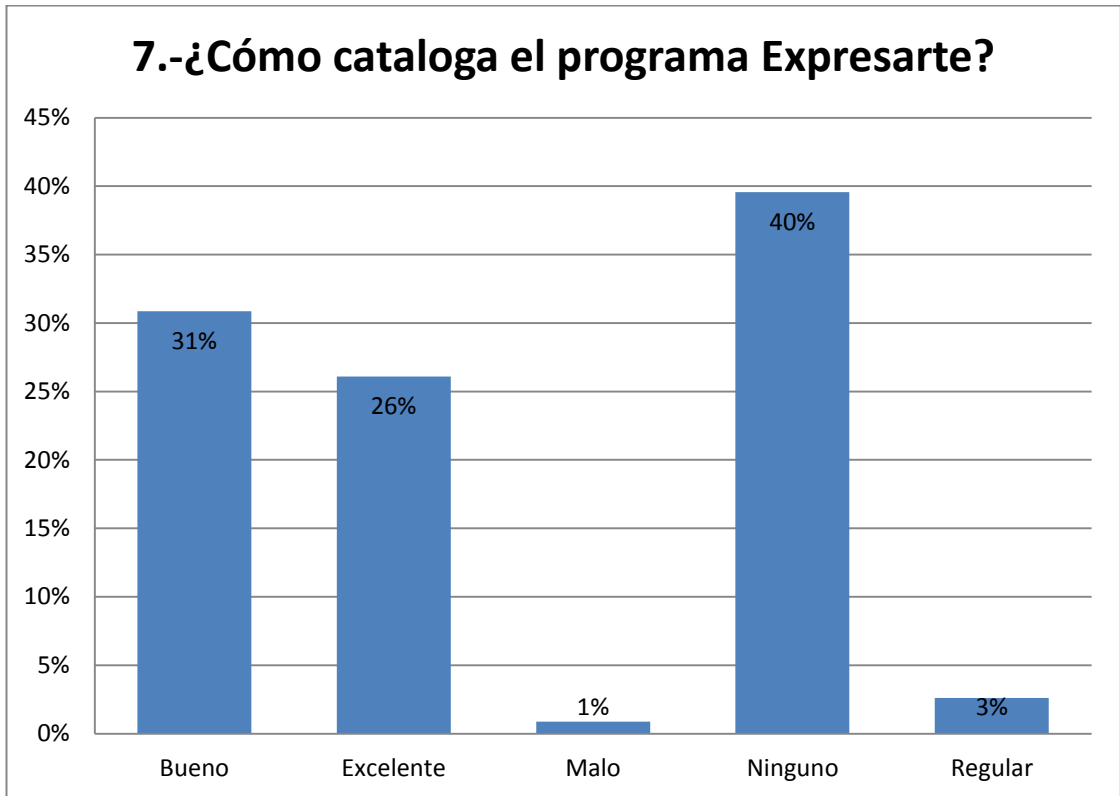


Ilustración 14 Pregunta 7.-¿Cómo catalogan el programa Expresarte? Universidad pública

En la octava pregunta se encuentra Ecuavisa el canal más sintonizado por los estudiantes, tal como se muestra más adelante en el market share que es este medio quien lleva la delantera en rating.

En la Universidad privada con un 17% y en la pública con un 18%, lo cual se considera porcentajes bastante parejos.

También se puede notar un factor socio ideológico en la Universidad pública, ya que después de Ecuavisa está la sintonía de Tc televisión con 16% y Ecuador Tv con 13%. Una explicación a estos porcentajes es que estos dos canales son con la misma línea ideológica del Gobierno.

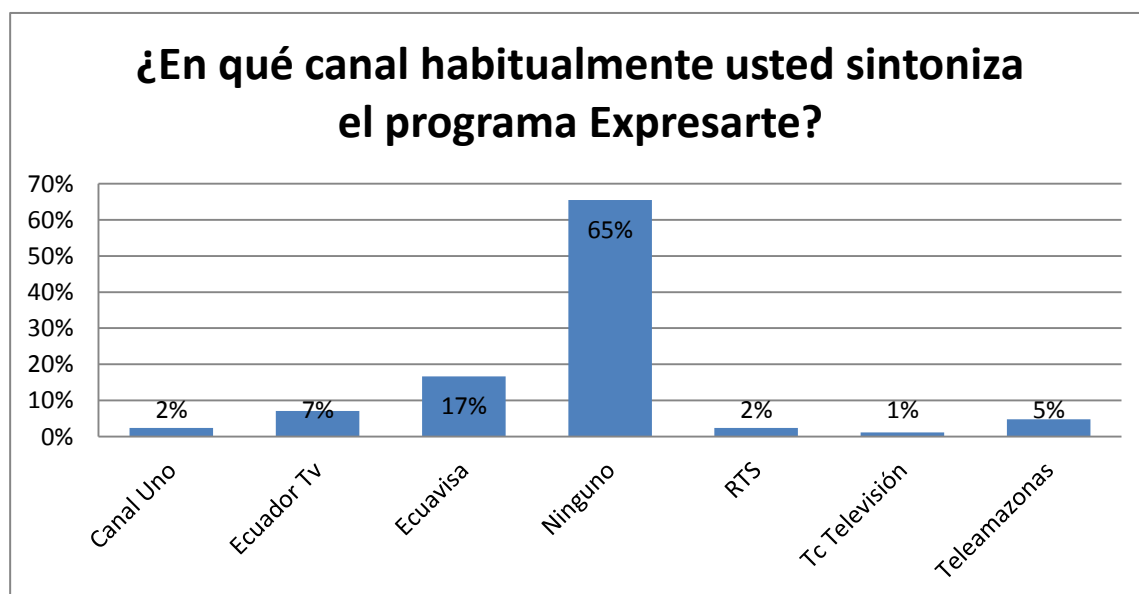


Ilustración 15 Pregunta 8.- ¿En qué canal habitualmente usted sintoniza el programa Expresarte Universidad privada

8.- ¿En qué canal habitualmente usted sintoniza el programa Expresarte?

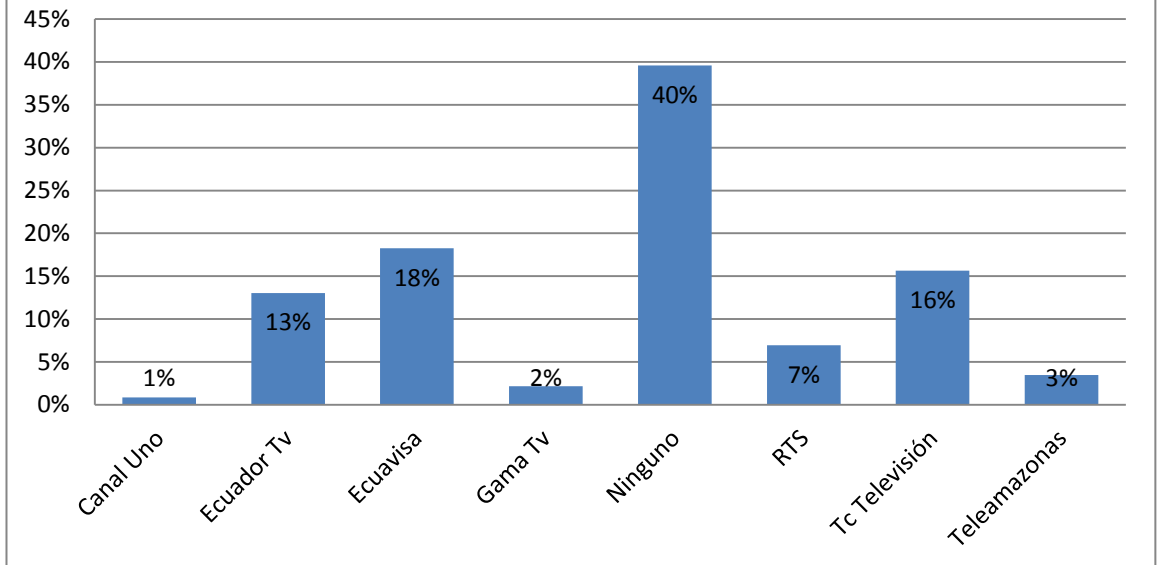


Ilustración 16 Pregunta 8.- ¿En qué canal habitualmente usted sintoniza el programa Expresarte Universidad pública

4.2.2. TENDENCIA ESTADISTICA DE LOS SUJETOS ESTUDIADOS

La tendencia de sintonía del programa Expresarte en la Universidad privada, como se observó anteriormente es en su mayoría negativa, pero en cuanto a la edad que si consume el programa, tanto en la privada como en la pública son los jóvenes de 17 años la Universidad Católica con un 44% y en la FACSO con 75%, lo que indican que son los jóvenes del primer ciclo que ven mayormente Expresarte.

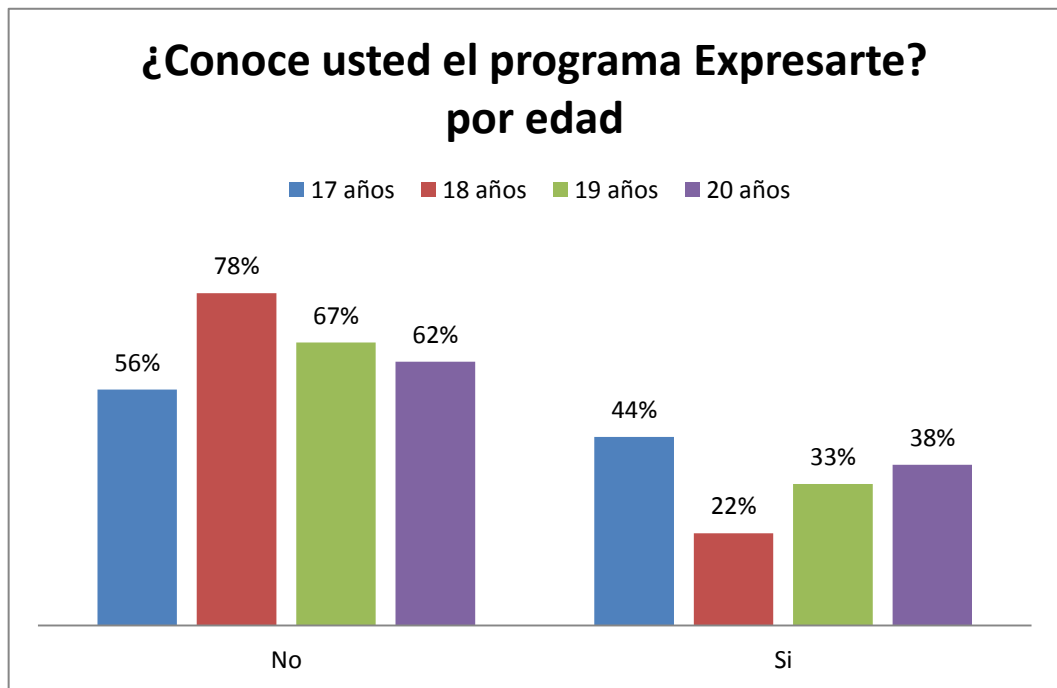


Ilustración 17 ¿Conoce usted el programa Expresarte por edad U. privada

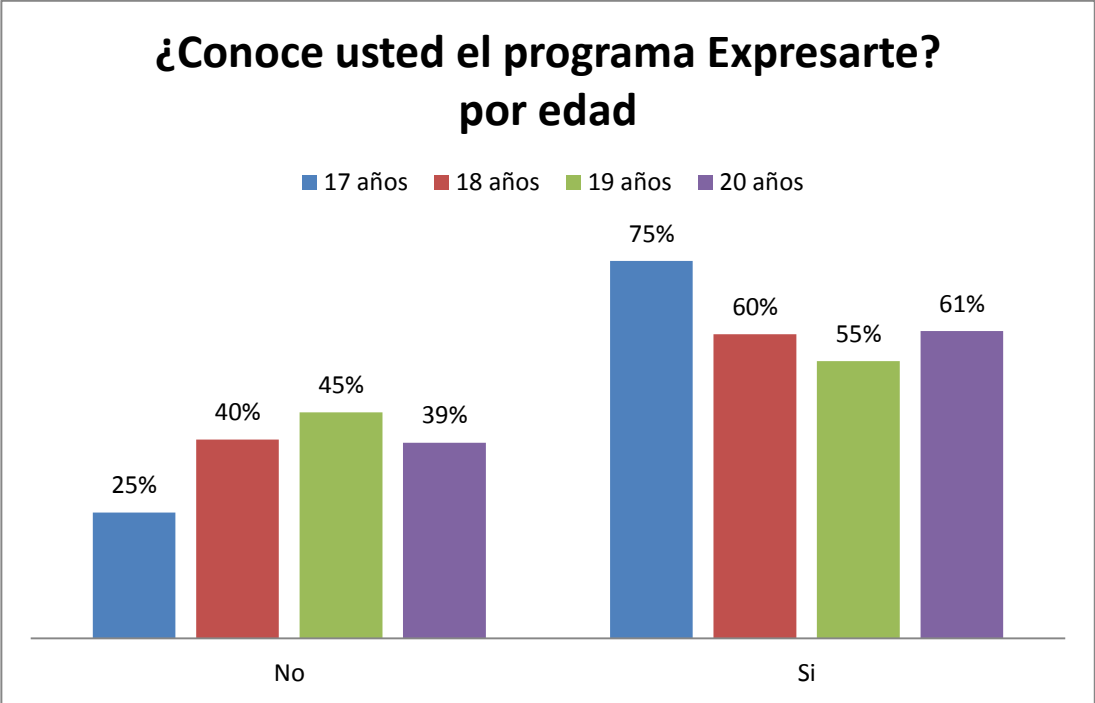


Ilustración 18 ¿Conoce usted el programa Expresarte? por edad U. pública

En esta pregunta donde se indica nuevamente que la opción “En varias ocasiones” es la más escogida por los estudiantes, la edad de mayor sintonía es de 17 años con un 33% en la Universidad Católica y en la FACSO con un 67%. En cuanto al ítem “Todos los sábados” se muestra que en la privada la fidelidad de sintonía están en los estudiantes de 20 años mientras que en la pública es variada de entre 17 a 20 años.

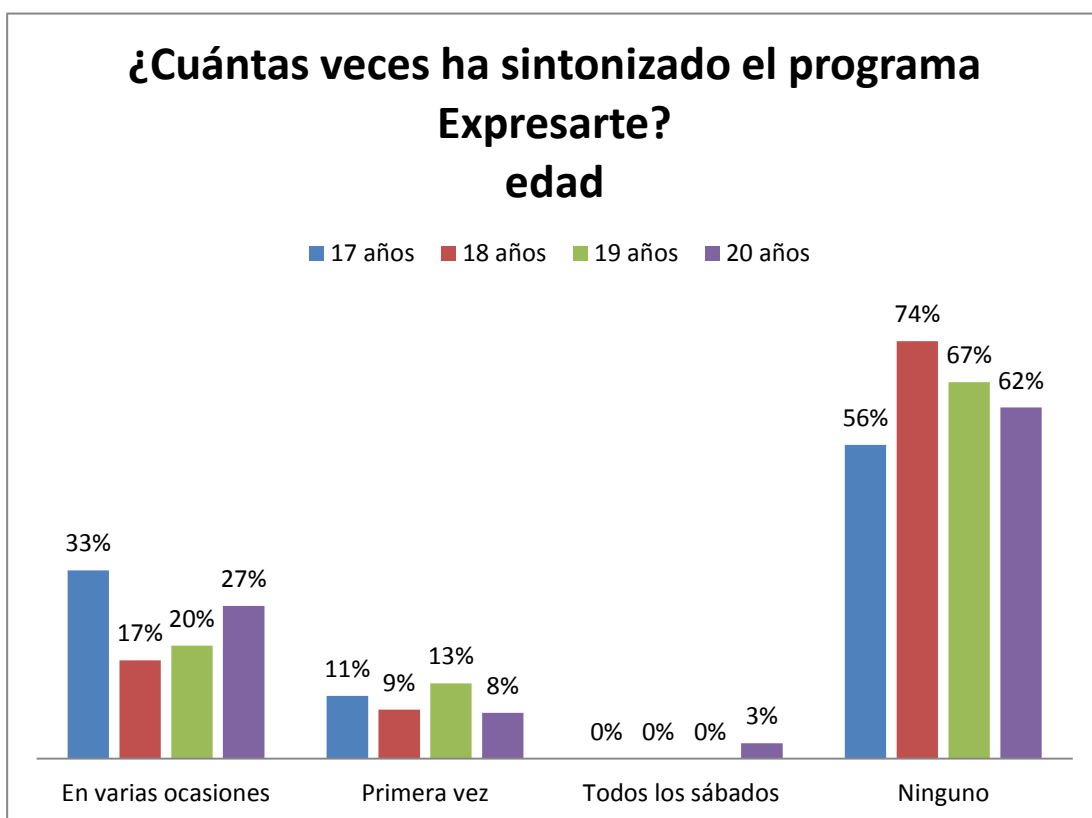


Ilustración 19 ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte?, Universidad privada

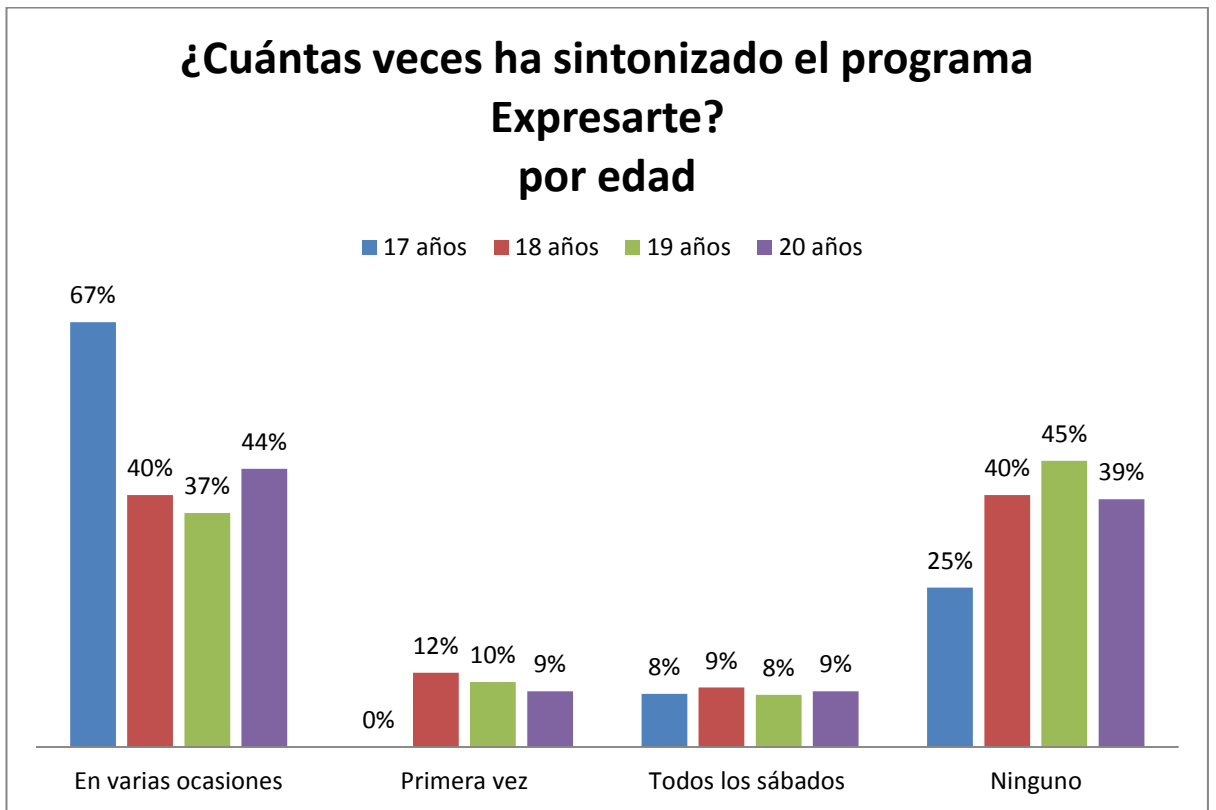


Ilustración 20 ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? Por edad, Universidad pública

Teniendo en cuenta que en esta pregunta la opción “Bueno” es la de mayor porcentaje en el cual se ve una ligera diferencia de público por edad: en la Universidad privada los jóvenes de 17 años con un 33% y en la pública el mayor porcentaje tienen los jóvenes de 20 años con un 34%, pero los jóvenes de 17 años presentan también un porcentaje similar a la privada con el 33%.

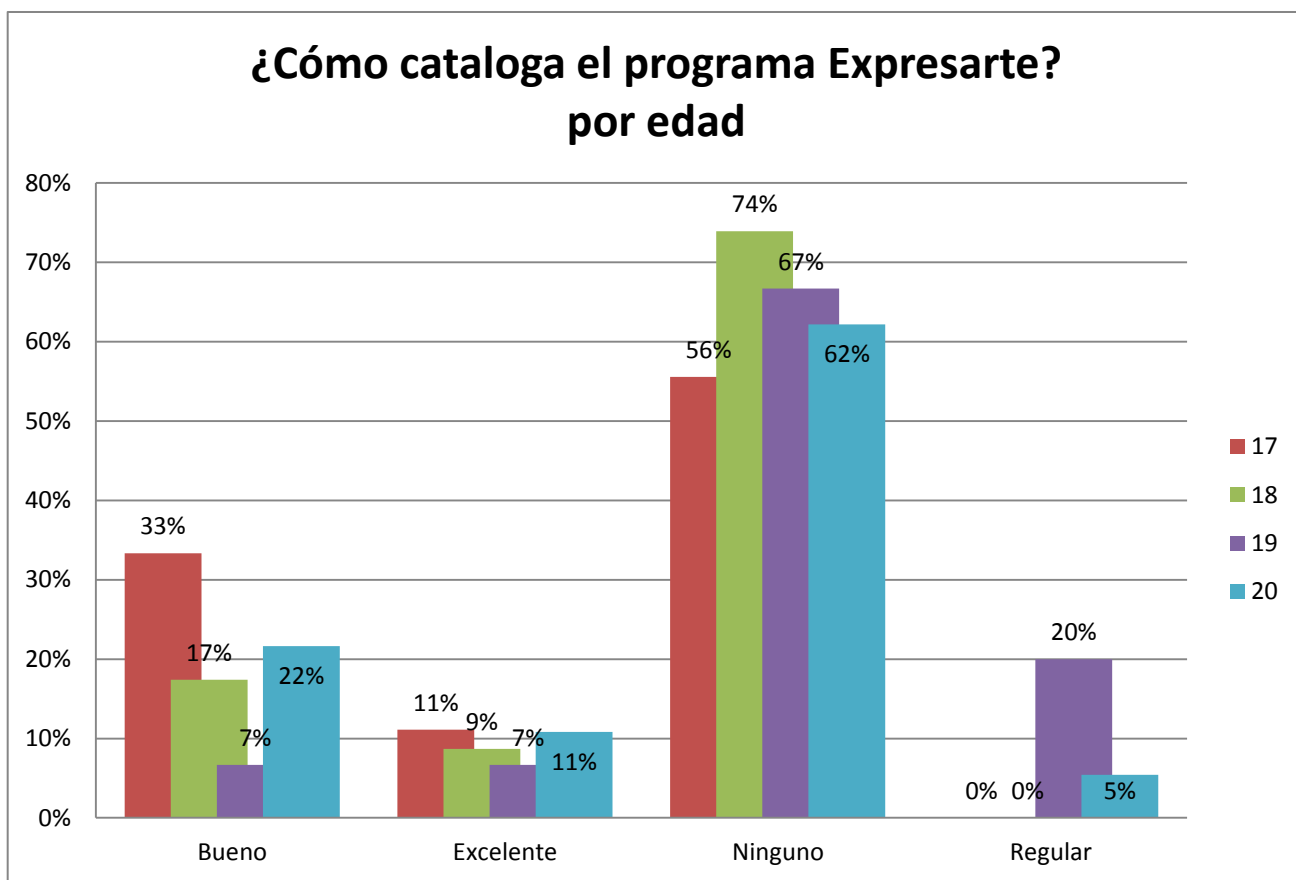


Ilustración 21 ¿Cómo cataloga el programa Expresarte U. privada

¿Cómo cataloga el programa Expresarte ? por edad

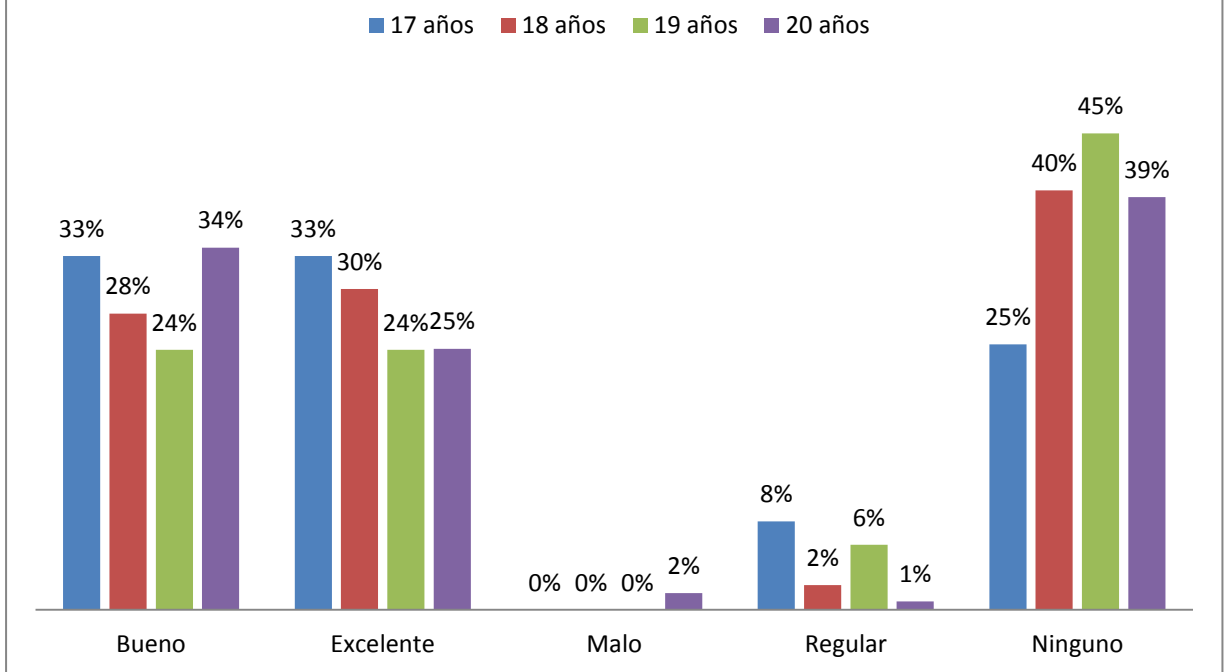


Ilustración 22 ¿Cómo cataloga el programa Expresarte U. pública

De acuerdo al género femenino y masculino también se realizó gráficos para conocer quien ve más el programa Expresarte y se obtuvo que en la Universidad privada quienes más consumen es el género masculino con un 45% versus un 24% de mujeres, mientras que en la U. publica el 63% son mujeres que consumen el programa versus el 58% de hombres. Aquí se demuestra que el porcentaje mayor de consumo lo tienen ambos sexos en las diferentes Universidades. Esto también se lo divide en la composición de audiencias que más adelante detalla que el público de 18 a 99 años de género femenino ve más Expresarte con una ligera diferencia del público masculino de la misma edad .

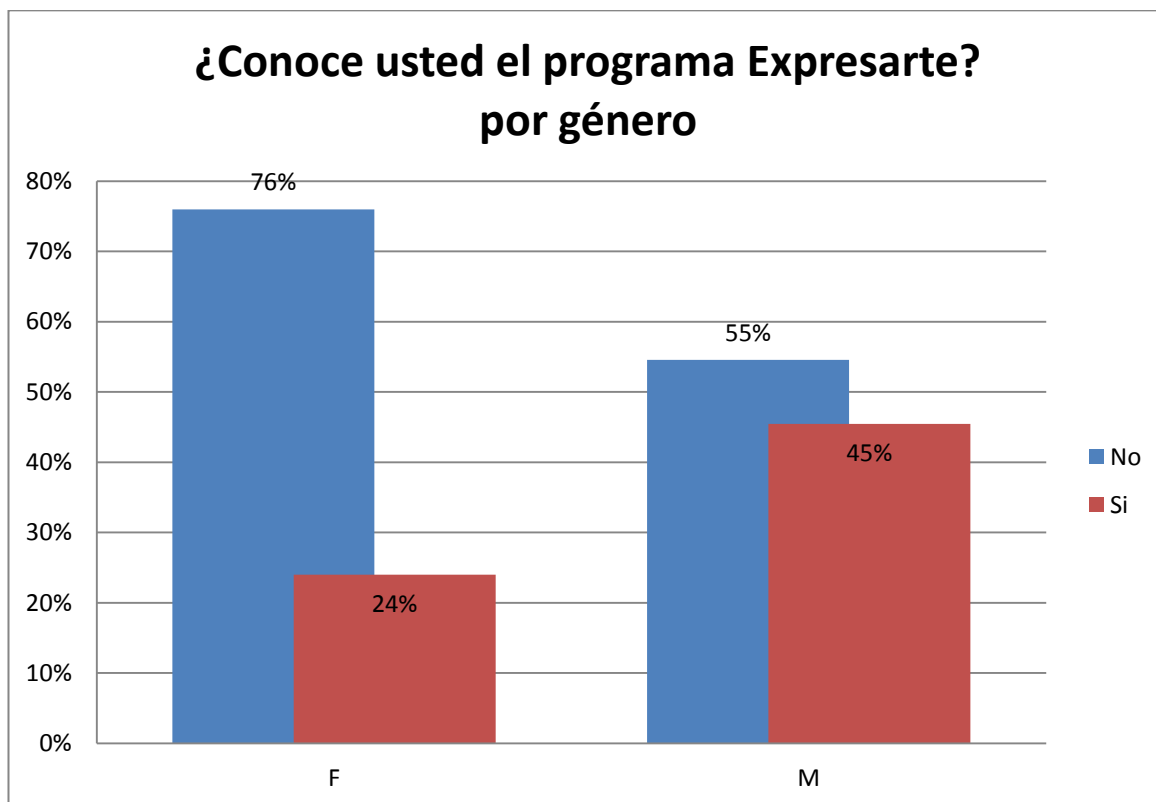


Ilustración 23 ¿Conoce usted el programa Expresarte? por género, Universidad privada

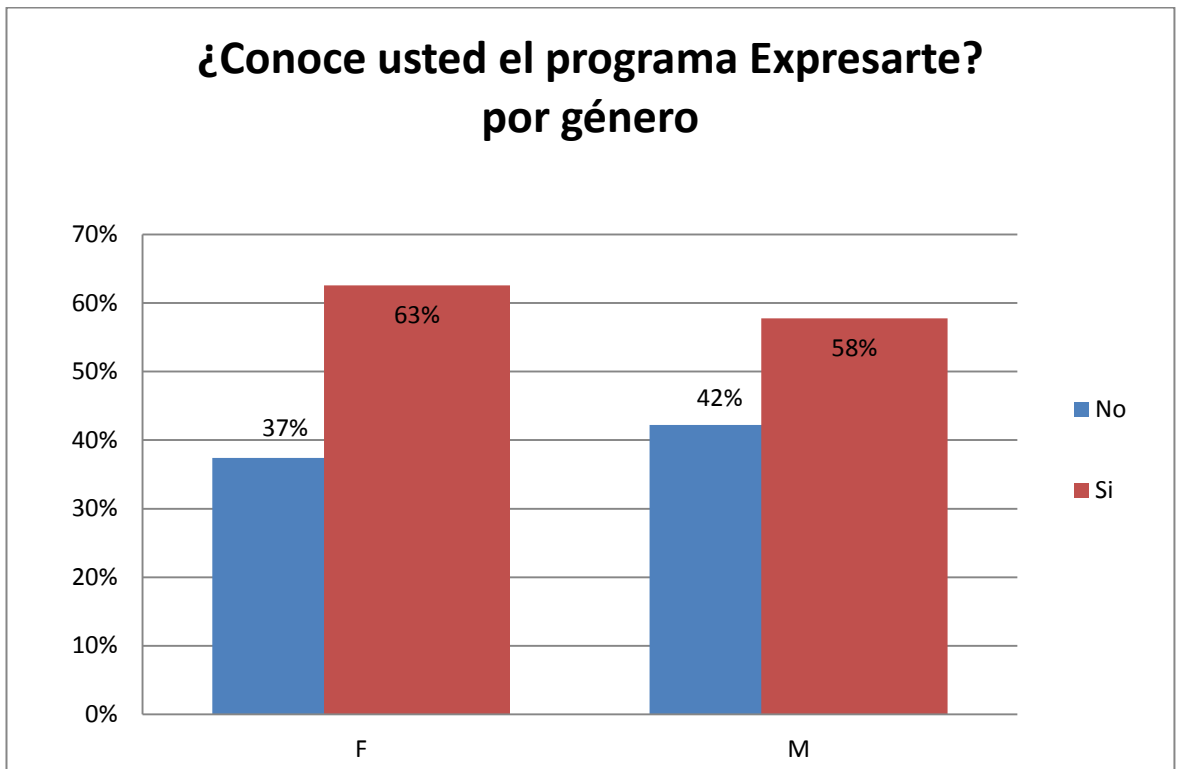


Ilustración 24 ¿Conoce usted el programa Expresarte? por género, Universidad pública

En esta pregunta vemos que el hábito de sintonía es “En varias ocasiones” y sigue siendo diferente el género que más ve el programa Expresarte en la Universidad privada con la Universidad pública, ya que la primera se obtiene que el sexo masculino lidera con un 30% mientras que en el segundo grafico un 46% en el público femenino. Lo que coincide es que la fidelidad de sintonía la tiene el público masculino.



Ilustración 25 ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? por género Universidad privada

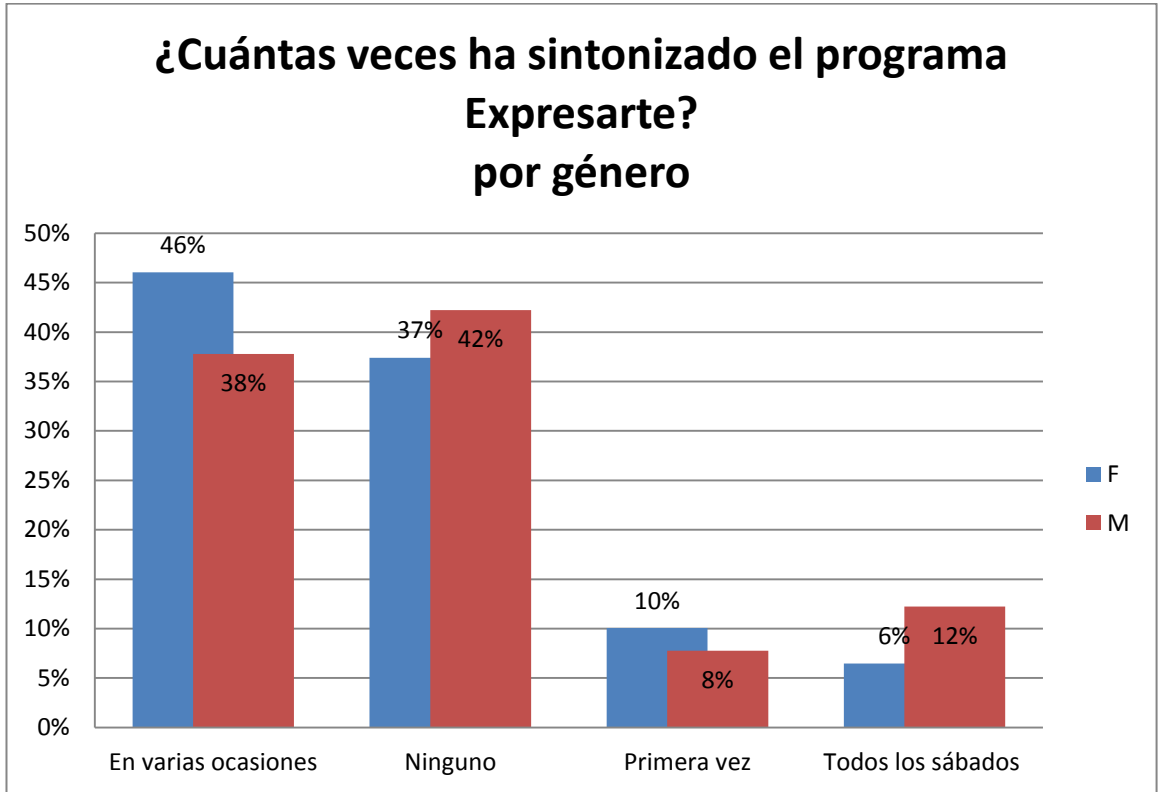


Ilustración 26 ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte? por género Universidad pública

Como anteriormente se mostró que la opción “Bueno” fue la más escogida por los encuestados, vemos nuevamente que se sigue marcando la diferencia por género de cada Universidad, en esta ocasión un 21% del sexo masculino que cataloga como bueno el programa Expresarte y el 33% del sexo femenino en la Universidad pública.

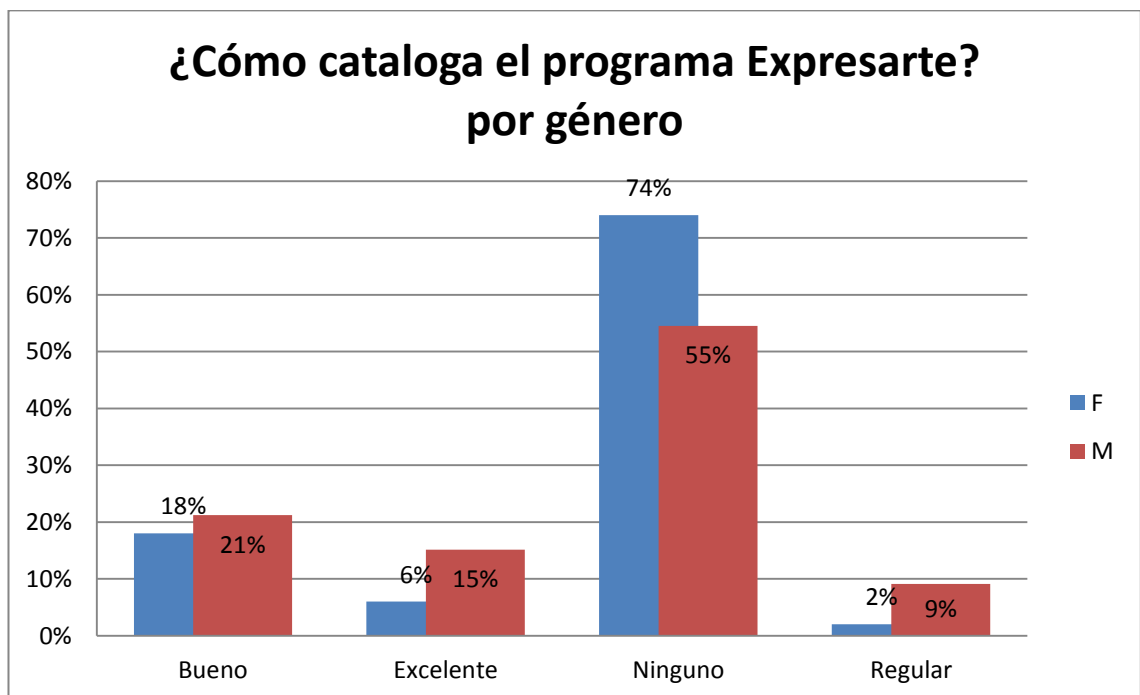


Ilustración 27 ¿Cómo cataloga el programa Expresarte? por género, Universidad privada

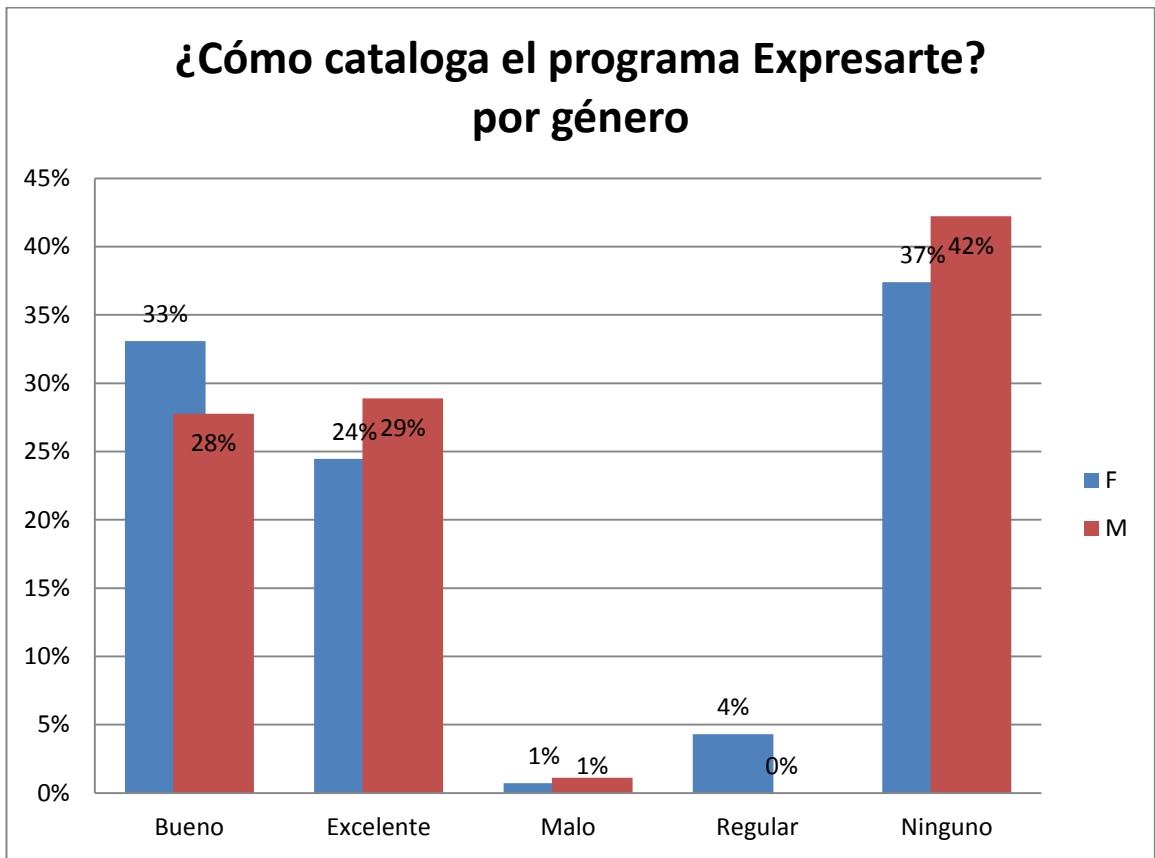


Ilustración 28 ¿Cómo cataloga el programa Expresarte? por género, Universidad pública

4.3. RESULTADO DE LOS GRUPOS FOCALES

4.3.1. OPINIÓN

Tanto en la Universidad pública como privada en la pregunta ¿Qué opinan sobre el programa Expresarte? coinciden que es un buen programa donde promueven el arte y la cultura, donde sacan a relucir los artistas nacionales en sus diferentes ramas, los lugares turísticos, rescatan nuestras raíces y nos enseñan a valorar lo que tenemos, además de motivar a la juventud a guiarse por el arte.

4.3.2. TEMÁTICAS

Los estudiantes de la Universidad privada mencionan favorablemente que no es un programa común en la televisión ecuatoriana, puesto que presentan artistas en sus diferentes facetas y el cómo han trabajado en su medio. Les resulta muy interesante que estas personas comunes sean tomadas en cuenta en la Tv y no seguir viendo a las típicas personas que ya llevan años. Así también la variedad del arte, las expresiones artísticas de las tribus ecuatorianas que muchos desconocen, además que los temas están abierto a las edades.

En la Universidad pública mencionan que los temas por ejemplo de danza son interesantes, ya que muestran técnicas y los instrumentos de las mismas, así como también la cobertura de la danza ecuatoriana especialmente folclórica; otro de los temas es la cobertura de artista de partes aisladas del país, de igual manera la parte turística, la poesía, los pasillos y las bandas musicales.

4.3.3. TEMAS QUE DESERÍAN INCLUIR

En la Universidad privada el grupo coincide que un poco más de literatura, ya que es un tema que en el Ecuador está siendo impulsado bastante y también es un arte, no solamente fijarse en las artes escénicas sino también en las artes escritas como es la poesía y la literatura. Asimismo abordar más la pintura, la escultura. Este grupo considera que falta un poco más de las artes plásticas.

En el grupo de la Universidad pública los temas que les gustaría ver son: danza sobre la cultura coreana: K-pop o J- Pop, por otro lado “Country” es de sonido instrumental específicamente con la guitarra, el baile: Hip Hop, el break, el Slow Motion. Y parte de ellos se sienten satisfechos con los temas que abordan en el programa.

4.3.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA EXPRESARTE POR PARTE DE LOS SUJETOS ESTUDIADOS

En la Universidad privada identifican al programa Expresarte como cultural dirigido para todo público, además como una oportunidad de conocer lo que hay en Ecuador y oportunidad de expresar nuestro arte.

La Universidad pública lo identifica como un programa cultural, educativo, turístico y de identidad. Coinciden que es una oportunidad para dar a conocer el talento de los artistas ante el Ecuador y el mundo.

4.3.5. ASPECTOS QUE CAMBIARÍAN LOS SUJETOS ESTUDIADOS DEL PROGRAMA EXPRESARTE

En la Universidad privada el grupo menciona que cambiarían el horario porque está expuesto en una franja horaria infantil. Además el hecho de que sea cadena nacional, lo sienten como una imposición de verlo. Por lo que proponen que empiece de 11:00 am o que se transmita en diferentes horarios en los canales.

En la Universidad pública la mayoría del grupo se siente satisfecho con lo que transmite el programa Expresarte y dos de ellos coinciden con los de la Universidad privada sobre el horario, ellos mencionan que no sea solamente los sábados, si no entre semana. Otro aspecto que señalan es que den más cobertura a estos temas artísticos y culturales en los demás canales ya que Ecuador TV trata más sobre el arte y la cultura.

4.4. CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA EXPRESARTE

4.4.1. TEMÁTICAS

Los temas que aborda el programa Expresarte son de expresiones artísticas ya sean de artes plásticas, literarias, musicales, visuales, escénicas, tradicionales o no tradicionales y contemporáneas, estas incluyen: pintura, dibujo, música, danza, cine, teatro, literatura, fotografía, entre otras.

Además fusiones de artistas que presentan shows con varias artes escénicas, o combinaciones de las artes plásticas. Es decir presentan el arte en sus diferentes gamas y culturas, esta última mostrada como fusión entre lo turístico y lo artístico.

Por otro lado el criterio de las temáticas son escogidas por un consejo editorial que lo conforman la SECOM, Sayce, Ministerio de Cultura y

Patrimonio y Satré. El cual es una instancia de aprobación de contenidos, pero previo a esa instancia de aprobación hay un trabajo de equipo, donde observan las opciones para tratar de diversificar los temas, temas que van desde géneros musicales hasta coyunturales, un ejemplo de ello es cuando jugó la selección ecuatoriana de fútbol, hicieron un programa con componente de levantar el autoestima con música y elaboraron reportajes con elementos relacionados.

En cuanto a los reportajes tienen un banco investigativo de temas que van saliendo del equipo o gente que les refieren a personajes para armar historias. Y cuando ya tienen una temática van haciendo un acopio de lo más se acerque.

En las solicitudes que envían los artistas vía mail son revisados con el Productor ejecutivo y el Director musical, y los artistas que no son seleccionados en cierto momento se los guarda en una base de datos y los ponen en consideración para otra ocasión, sin embargo Expresarte tiene un requerimiento importante para los artistas: ser excelentes; no necesariamente un artista reconocido con premios sino que se rigen con un rango de calidad aún cuando nadie lo conozca o no vivan del arte pero tienen talento, por ello trabajan con directores de música.

4.4.2. ESTRUCTURA

El programa no posee una estructura definida, pero si tiene un formato sencillo, presentan:

- De cinco a siete sets musicales
- Regularmente cuatro reportajes
- Presentaciones de los personajes
- Dos Bumpers

Los sets musicales están como columna vertebral del programa y en cada intermedio los reportajes de expresiones artísticas. Los reportajes hasta ahora han tenido un formato testimonial. El Director General, Fabricio Terán estima que por lo general hay un 75% de música y un 25 % de creatividad.

Por su parte, el Productor Ejecutivo Felipe Pinzón menciona: “El programa es camaleónico nosotros no somos rígidos en una estructura, somos bastantes experimentales, es un programa de arte”. (Pinzón, 2014)

4.4.3. EXTENSIÓN

El programa tiene de extensión una hora sin cortes comerciales, es transmitido a nivel nacional de 9:00 a 10:00 am

Expresarte transmite aproximadamente a 266 canales nacionales, locales y comunicatorios; incluso ciertas emisoras los transmiten sin ser un programa con formato radial.

4.5. CONTENIDO DE LOS NUEVE PROGRAMAS ANALIZADOS EN ABRIL Y MAYO DEL 2014 DEL PROGRAMA EXPRESARTE

El total de programas estudiados son nueve y se observan las siguientes características de acuerdo los ochenta y seis temas que presentó en los dos meses estudiados:

05 /04/14 Mindalae	12/04/14 Movida Independiente	19/04/14 Inspirarte
<ul style="list-style-type: none"> 2 Grupos instrumentales 1 presentación de fusión: musical, coreográfica e instrumental 2 Grupos musicales 1 Grafiti 1 Literatura 1 cine-Documental 	<ul style="list-style-type: none"> 1 Cantante 2 Pintura: arte visual 2 Grupos musicales 1 Literatura 2 Instrumental 	<ul style="list-style-type: none"> 3 Grupos musicales 1 Presentacion de fusión: teatral danza, canto 1 Pintura 1 Fotografía 1 Instrumental
26/04/14 De poetas y Locos	03/05/14 Con la corriente	10/05/14 Compromiso
<ul style="list-style-type: none"> 2 instrumental 1 Literatura 1 Origami 2 Pintura 1 Grupo Musical 1 Danza 1 Cantante 	<ul style="list-style-type: none"> 4 Cantantes 1 Pintura: arte visual 1 Ilustración de moda 1 Grupo Musical 1 Grafiti 1 actor y compositor 	<ul style="list-style-type: none"> 5 Grupos musicales 2 Cantantes 1 Circo 1 Centro de arte contemporáneo: aborda varias ramas artísticas
17/05/14	24/05/14	31/05/14

Entre las redes	Hablar de Patria	XT Amazónico
<p>6 Grupos musicales</p> <p>5 Cantantes</p> <p>1 Comics</p> <p>1 Presentación de fusión: musical, coreográfica e instrumental.</p> <p>1 Danza</p> <p>3 instrumental</p>	<p>4 Cantantes</p> <p>4 Grupos musicales</p> <p>1 Grafiti</p>	<p>6 Grupos musicales</p> <p>2 Pintura</p> <p>1 Artesanía con barro</p> <p>1 Teatro</p>

Tabla 4 Monitoreo del programa Expresarte en abril y mayo del 2014 Fuente: La Autora

Con lo que respecta a la música el total de temas fueron cincuenta y siete, esto comprende grupos musicales, cantantes y la utilización de instrumentos. En las artes escénicas presentaron nueve temas que corresponden a teatro, danza, circo y en general presentaciones dentro de espacios físicos. Luego las artes visuales con ocho temas que contienen a las tradicionales artes plásticas pero con el uso de la tecnología o elementos no convencionales, como la pintura con la utilización de recursos tecnológicos, el grafiti, el cine y la fotografía.

En las artes plásticas se halló seis temas que incluye la pintura tradicional y el comic, en este género es donde el artista crea una obra utilizando materiales para plasmar su arte.

Por otro lado, las artes aplicadas también conocida como decorativa o industrial que incorpora la utilización de elementos comunes o diarios que puedan ser coleccionables donde también interviene el uso de las tecnologías se encontró tres temas: artesanía con barro, ilustración de moda y origami.

Finalmente las artes literarias que es la práctica de la palabra escrita, con tres temas.

A continuación un gráfico en porcentajes:

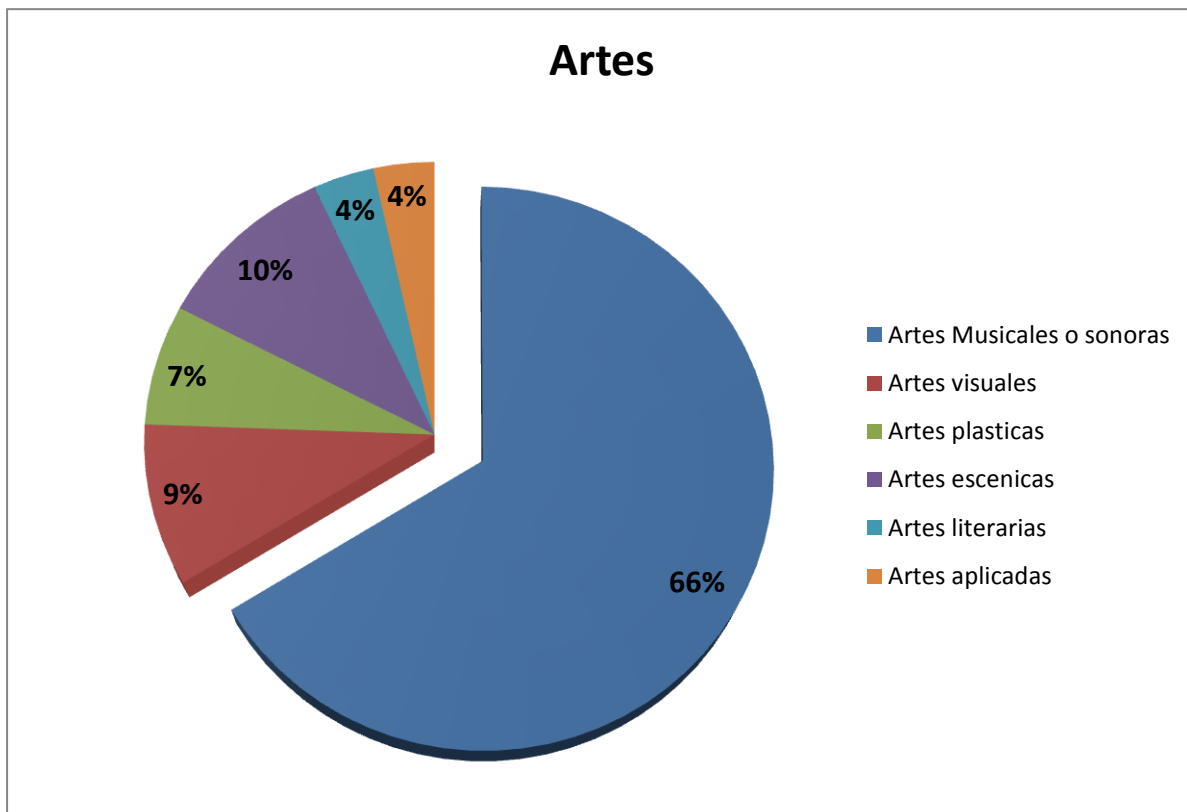


Ilustración 29 Gráfico en porcentajes sobre los temas artísticos transmitidos en abril y mayo del 2014

Es evidente que sobre todas las artes lidera el contenido musical, esto coincide con lo que menciona el Productor Ejecutivo de Expresarte, Felipe Pinzón sobre la gran demanda de artistas que tienen.

Expresarte se presenta como diverso, esto se lo puede observar en el opening del programa, en el contenido y en las entrevistas a profundidad donde su Director menciona que como antecedente tuvieron el programa Nuestros Artistas creado en el año 1993, donde afirma: "Cuando nos plantearon este proyecto dijimos hagamos un nuevo proyecto de Nuestros artistas y básicamente que ya no solamente sea música sino que sean todas las artes entonces fue todo un lío y ahora un programa de arte primero siempre hay un paradigma de que es feo y aburrido entonces ¡cómo lo manejamos! lo que hice básicamente convocar a una serie de amigos y compañeros de diferentes áreas que se especializaban en la parte de

producción de televisión, producción de cine y la parte musical que es un poco lo que de alguna manera tenemos como el hilo conductor” (Terán, 2014)

Fabrigo Terán menciona que la música es la columna vertebral del programa por ser el arte más atractivo, es sin duda loable, ya que este género es el más afín con los jóvenes y con la mayoría del público, pues es la música la que desconecta al ser humano de sus actividades y apela su sensibilidad, así también lo alude la psicóloga Elba Bermúdez.

No obstante están de alguna manera a la disposición de los artistas de este género que desean promocionarse lo que ha creado un concepto de ser un programa musical, esto se constató en el momento de realizar las encuestas a los estudiantes de las dos Universidades; pública y privada, que así lo identificaban.

El abuso de este recurso puede ocasionar un imaginario con respecto al programa, pues sí es importante mantener cierto equilibrio para que las audiencias lo identifiquen como arte diverso. Pues para quienes lo siguen si está claro que lo es. Pero para quienes lo han observado de manera esporádica tendrán esta percepción.

En el grupo focal realizado a una Universidad privada señalan la poca cobertura a los temas literarios, y las artes plásticas; coincidentemente en el estudio realizado se obtuvo que en los dos meses presentaron solo un 4 % en temas literarios, mientras que en las artes plásticas presentaron un 7 %.

Por otro lado en el grupo focal de una Universidad pública apuntan la poca cobertura a los temas de danza ya sea contemporánea o tradicional. En el gráfico se observa que han abordado el 10% con respecto al arte escénico que no solo incluye danza sino también presentaciones artísticas dentro de un espacio físico.

Específicamente la danza tan solo ha sido abordada en dos ocasiones, por lo que el resultado es inferior, a pesar que el Director del Programa

Expresarte Fabrico Terán menciona que es precisamente la danza que han ayudado a difundir.” Lo literario si estaba, pero la danza creo que era como el patito feo de la televisión“. (Terán, 2014)

Sin embargo no se puede aseverar que presentan muy poco sobre estos temas, ya que el programa desde su aparición hasta el mes que se ha estudiado se ha producido aproximadamente 80 programas, pero si son coincidentes las percepciones de los estudiantes de los grupos focales y las muestras obtenidas en los nueve programas estudiados.

En cuanto a las artes visuales, se halló un 9 % y las artes aplicadas se encontraron un 4 %.

No obstante Expresarte es un referente importante sobre programas culturales por dos motivos relevantes:

Presenta el talento y el arte de los ecuatorianos en las mejores condiciones utilizando el mismo nivel de tratamiento de audio y de video, es decir sonido grabado en vivo, con formato HD (high definition) donde el equipo de producción se traslada al lugar donde el artista se desenvuelve. .

E incentiva a que el televidente aprecie y valore el arte nacional.

Por ello muy independientemente sobre los resultados del estudio de programa durante abril y mayo del 2014, hay que destacar el valor representativo que cumple Expresarte en la televisión ecuatoriana, ya que este formato apoyado especialmente por entidades gubernamentales conjuntamente con el discurso presidencial sobre el apoyo de la cultura han ayudado paulatinamente a apreciar y a consumir lo nuestro:

“El caso de la cultura es la posibilidad de apropiarse de algo que lo veías lejano, entonces está capacidad que existe en estos momentos de una mejor autoestima, te permite reconocer lo nuestro, valorar, darle un espacio, darle una percepción mayor a la que tenía antes, la posibilidad de que ahora nos miramos mejor y en esa mirada que tenemos nos reconocemos

en ella y eso es súper bueno y eso es gracias a un discurso no nacionalista no patrioterero si no un discurso de apertura , ya los jóvenes viajan más por el país, miran la posibilidad de ser parte de esa cultura aportando dentro de esa evolución, es un poco lo que hemos tratado de hacer en Expresarte”. (Terán, 2014) .¹

¹ La cita se la puede ver en Anexos, segundo libro pág. 11-12

4.6. ÍNDICES DE AUDIENCIA O RATING

De acuerdo a un informe otorgado por Ecuavisa se realizan tres clasificaciones:

- Pie de participación – o Market Share
- Tendencias mensuales en Rating por Canal
- Composición de Audiencias

El objetivo es conocer que canal obtuvo la mayor participación de mercado durante Abril y Mayo del 2014 en la ciudad de Guayaquil, además conocer las tendencias mensuales, ya que a través de ellas podemos determinar cuáles fueron los meses con mayor y menor rating en cada uno de los canales y finalmente tenemos el perfil del televidente de Expresarte en cada una de las diferentes estaciones televisivas.

4.6.1. MARKET SHARE

Como primer punto el Market Share que determina el porcentaje de participación que tiene cada canal sobre el total del encendido. Se expone los meses de abril y mayo de este año. Importante notar que el mes de mayo, la región costa estuvo en vacaciones escolares, además fue el inicio del periodo lectivo a pesar que este año debido a las inundaciones causadas por las lluvias varios distritos escolares suspendieron el inicio a clases hasta el periodo de junio.

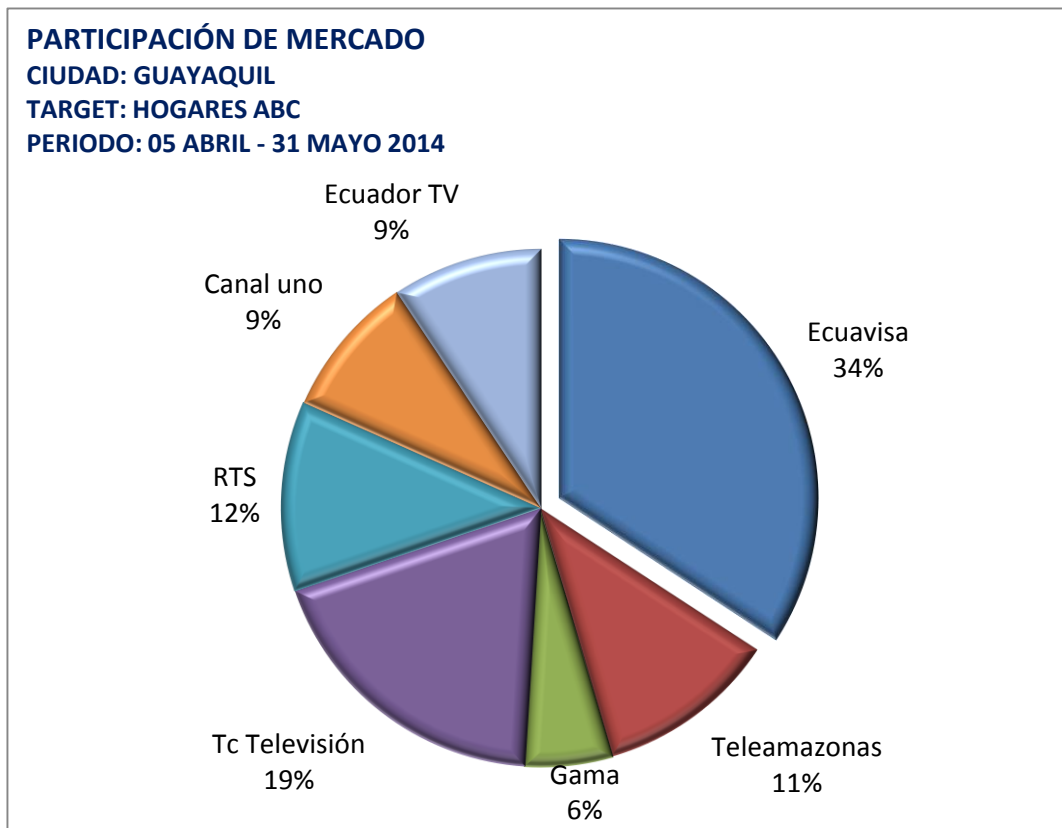


Ilustración 30 Market Share o Participación de mercado de la ciudad de Guayaquil en Abril y mayo del 2014. Fuente: Ecuavisa

De acuerdo al pie del Market Share, podemos determinar que Ecuavisa; dentro de los 7 canales de señal abierta; tiene la mayor participación de mercado obteniendo el 34% de la sintonía de los Hogares ABC ² en la ciudad de Guayaquil, seguido por Tc Televisión que obtiene un 19%.

² Hogares ABC: estrato socioeconómico: alto, medio bajo.

4.6.2. TENDENCIAS MENSUALES POR CANAL

4.6.2.1. ECUAVISA

La gráfica muestra el porcentaje de rating obtenido en el target Hogares ABC en la estación Ecuavisa, resaltando que el mes con mayor sintonía fue en febrero del 2014 con 6,39 y el que menos tuvo fue en octubre del 2013, con 3,27, según la Ingeniera Clara Bograd analista de audiencias del referido canal menciona que en ciertos casos los resultados con mayor sintonía podrían deberse cuando existen programas previos llamados lead in ³ con alto porcentaje de audiencia; en Ecuavisa antes de Expresarte se exhibe Doraemon, este programa es de muy buena sintonía y lo que puede ocurrir por un lado es que hay un importante arrastre de audiencias, y por otro lado la aceptación y prestigio del canal, ya que Ecuavisa presenta el más alto porcentaje de sintonía en todos los canales.

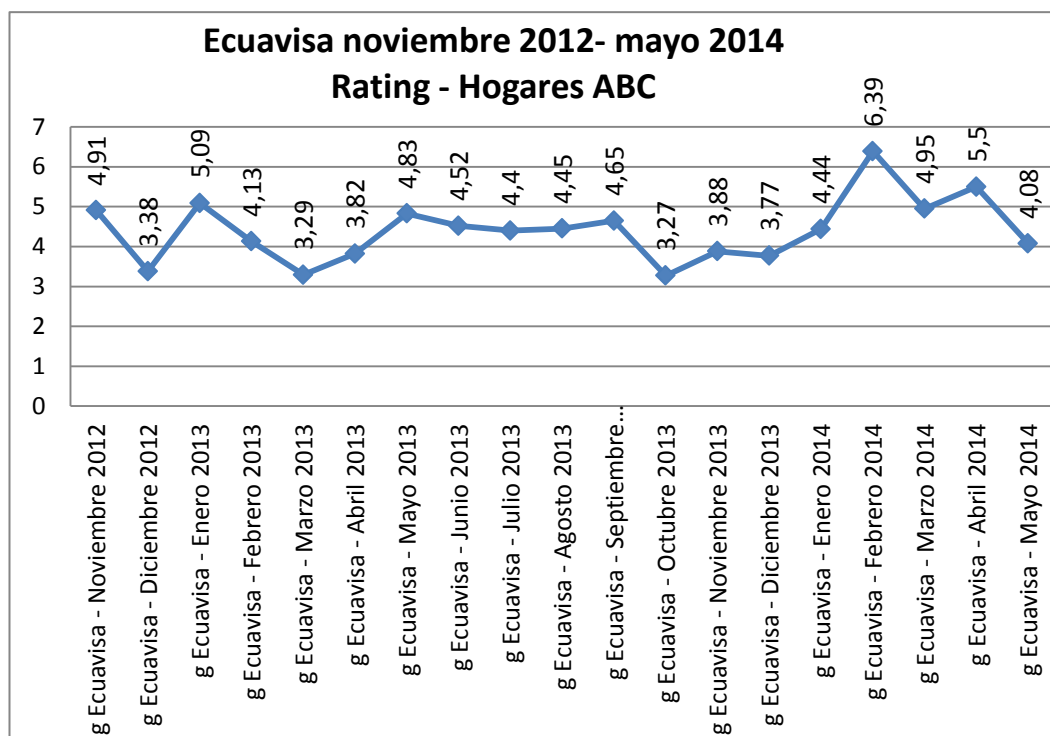


Tabla 5 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Ecuavisa Fuente: Ecuavisa

³ Lead in: anterior o previo a un programa de televisión

4.6.2.2. TELEAMAZONAS

En cuanto a los resultados obtenidos en Teleamazonas, y siendo Expresarte un programa que se exhibe en el mismo horario en las siete estaciones televisivas, los programas lead in cumple un papel indispensable en el éxito y fracaso del resultado obtenido, es así como podemos observar que a partir de este año, enero 2014, el cambio de lead in de Supernick a Tv Ventas afectó el promedio reduciendo su sintonía a partir de este periodo.

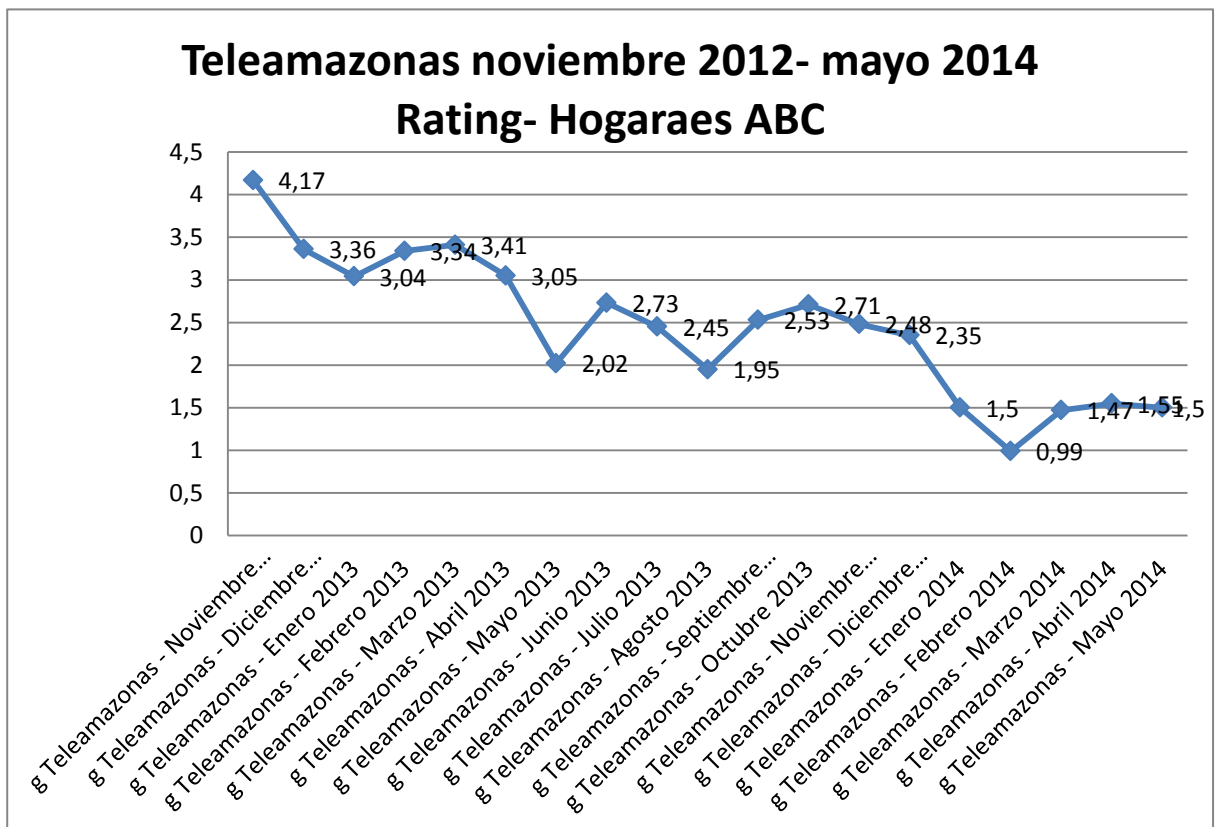


Tabla 5 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Teleamazonas Fuente: Ecuavisa

4.6.2.3. GAMA TV

Gama presenta una tendencia estable durante todo el periodo, con excepción del mes de enero del 2014, cuando se transmitió El Chavo del 8 como lead in del programa Expresarte, donde se observa un crecimiento de rating del 1,56, anteriormente a El Chavo del 8 se exhibía Tv Ventas y a partir de febrero del 2014 se transmite Marketing World Wide, por ello la sintonía baja con un 0,54.

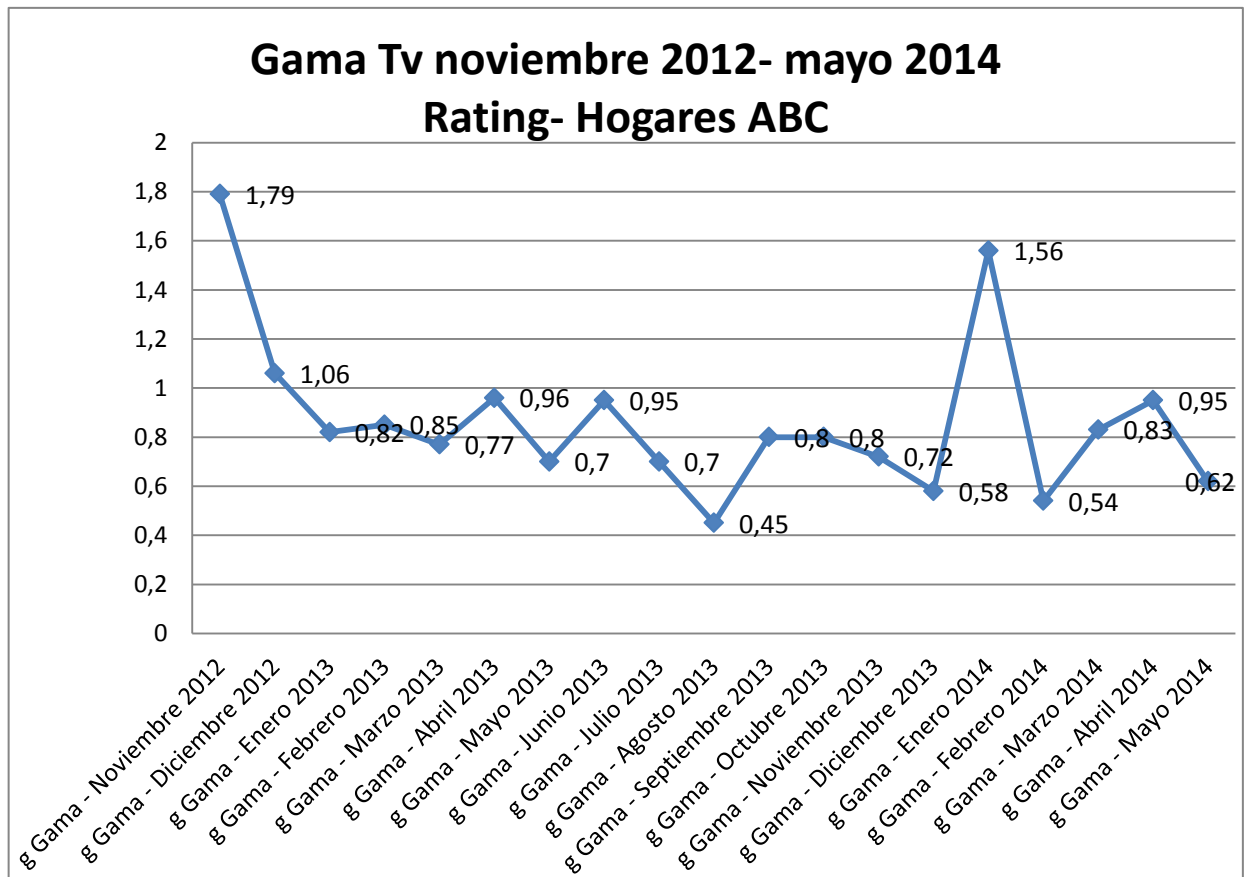


Tabla 6 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Gama Tv Fuente: Ecuavisa

4.6.2.4. TC TELEVISIÓN

En Tc Televisión vemos una tendencia muy variable, con los mismos géneros o tipos de programas como lead in y lead out⁴, los cuales son programas infantiles. La mayor sintonía fue en el mes de octubre del 2013 con 3,27 por el contrario para Ecuavisa este mes fue el de peor sintonía con el mismo puntaje de rating, la menor sintonía en Tc Televisión fue en Julio del 2013 con 1,12.

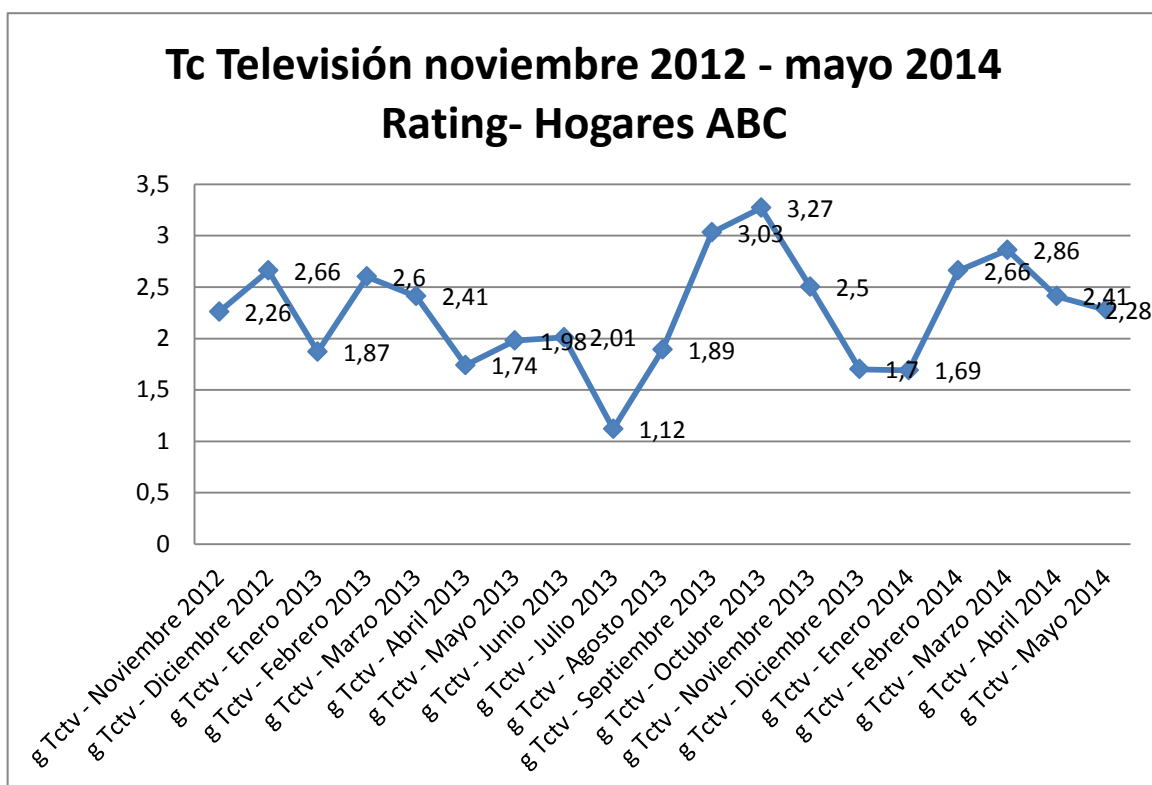


Tabla 7 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Tc Televisión Fuente: Ecuavisa

⁴ Lead out: después o posterior al programa de televisión

4.6.2.5. RTS

En RTS, el programa lead in de Expresarte es Tv Ventas y su lead out, es variable, ya que tienen programas de género infantiles como Pantera Rosa y Naruto. Tenemos que la mayor participación fue en el mes de octubre del 2013 con 2,46, esto coincide con Tc televisión y la que menos tuvo fue en enero del 2014 con un porcentaje de 1. Importante notar que en octubre los planteles escolares de la región costa se encuentran con vacaciones quimestrales, es por ello que este factor puede influir a la mayor sintonía.

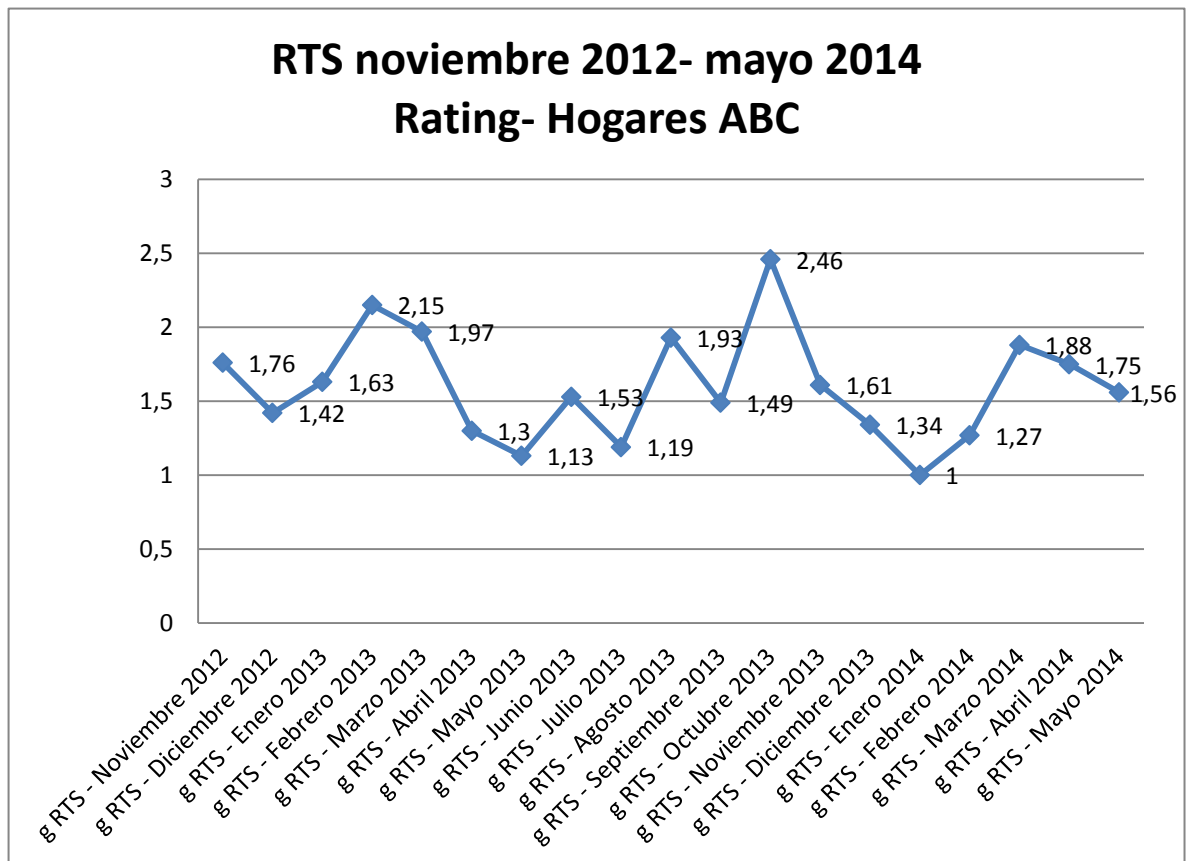


Tabla 8 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-RTS Fuente: Ecuavisa

4.6.2.6. CANAL UNO

En el caso de Canal Uno, los promedios de rating mensuales están entre 0 y 1, punto, tiene como lead in tv ventas y Marketing World Wide como lead out, ambos no son programas afines al target que observa Expresarte.

Aquí se observa que en mayo del 2014 tiene un rating de 1,36 y menor en el mes de diciembre del 2013 con 0,3

La especialista en Rating, menciona que los meses como diciembre son atípicos y que no se deberían analizar justamente por la época, ya que las audiencias se comportan diferentes por las diversas actividades que demanda esta temporada del año.

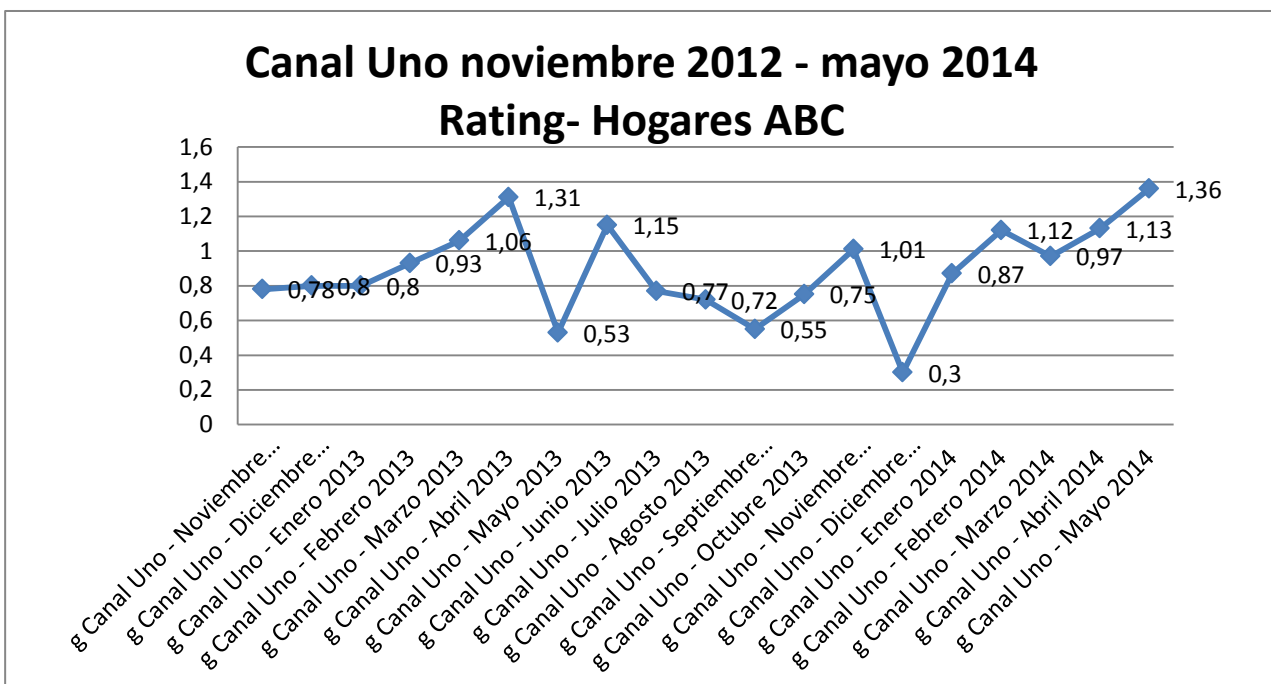


Tabla 9 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Canal Uno Fuente: Ecuavisa

4.6.2.7. ECUADOR TV

Ecuador tv a pesar de ser un canal nuevo, muestra resultados mejores incluso que en Canal uno y Gama tv, esto debido a que su parrilla televisiva tienen programación infantil.

La mayor sintonía de este canal fue de 2,11 en mayo 2013 y como cifra baja fue en diciembre del 2013 con 1,13 coincidentemente con Canal Uno.

En el caso de Canal Uno y Ecuador Tv, ambos obtuvieron una participación del mercado del 9% durante los meses de Abril y mayo.

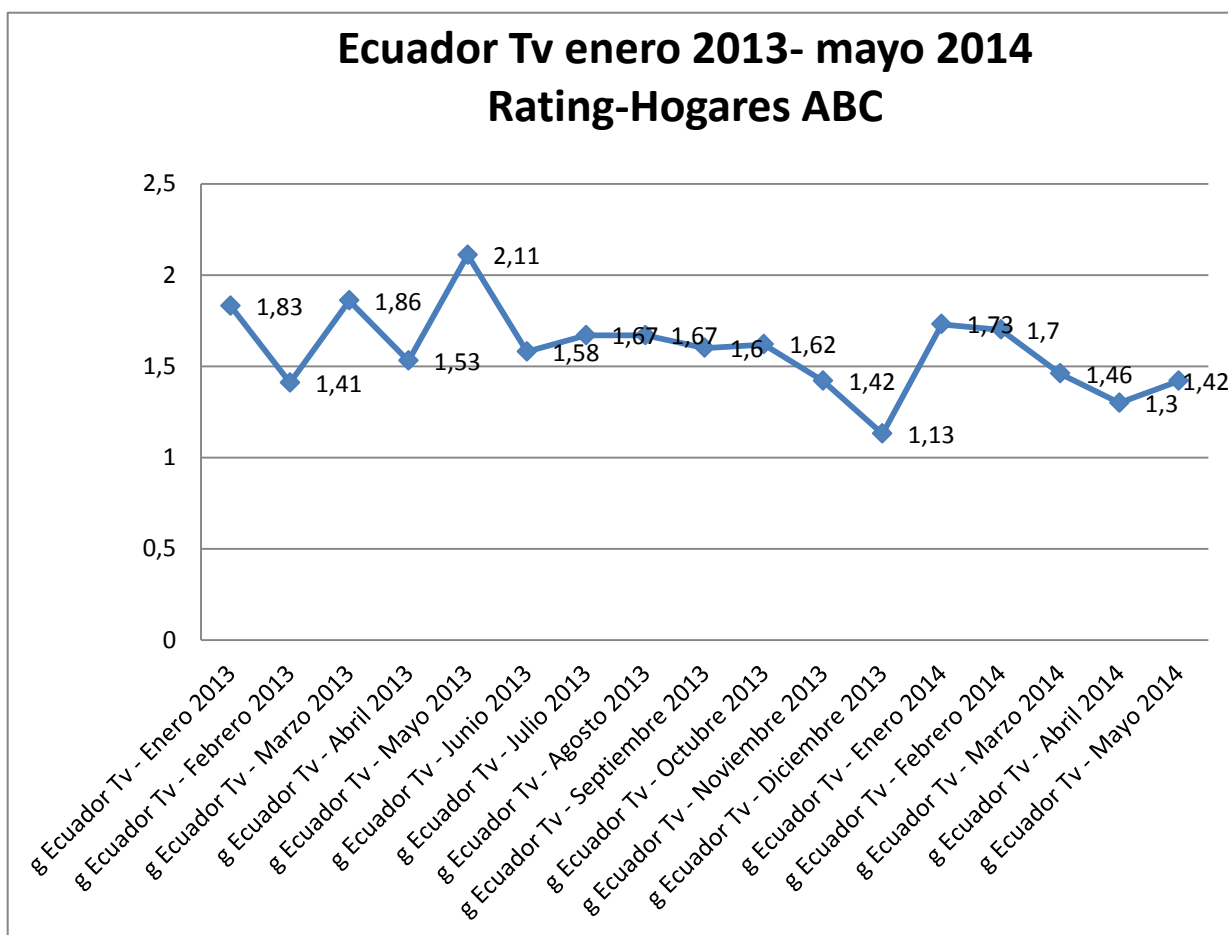


Tabla 10 Tendencia mensual en rating Hogares ABC-Ecuador Tv Fuente: Ecuavisa

4.6.3. COMPOSICIÓN DE AUDIENCIA

Por otro lado tenemos la composición de audiencia: niños de 3 a 11 años; adolescentes de 12 a 17 años; hombres de 18 a 99 años y mujeres de 18 a 99 años. Según I BOPE estas son las cifras totales de cada target y el total de hogares:

UNIVERSOS IBOPE 2014

		Niños 3 a 11 años	Jóvenes 12 a 17 años	Hombres 18+	Mujeres 18+	Personas 18+	Hogares
Guayaquil	Alto	26,630 5.4%	19,415 6.4%	78,315 9.4%	83,343 9.2%	161,658 9.3%	56,997 8.6%
	Medio	143,180 29.2%	90,161 29.6%	283,680 34.0%	304,944 33.8%	588,624 33.9%	220,812 33.3%
	Bajo	320,734 65.4%	194,546 64.0%	472,594 56.6%	514,043 57.0%	986,637 56.8%	384,919 58.1%
		490,544	304,122	834,589	902,330	1,736,919	662,728

Tabla 11 Número del Universo de targets Fuente: I Bope

En este apartado tratará el análisis por canal de las audiencias que ven en mayor y menor medida el programa en los meses de abril y mayo del 2014:

En **Ecuavisa** se observa que en estos dos meses lidera el público femenino con un 47,46 % en abril, y 45,12 % en mayo esto representa en miles a 17.410 mujeres que vieron el programa. La audiencia más baja es de los adolescentes en abril con 12,9 % y en mayo con 11, 4 %. Esto representa a 4.540 adolescentes que vieron *Expresarte*. Estas cifras muestran una estadística bastante pareja de quienes observan el programa y que target no, es decir que en Ecuavisa en estos dos meses estudiados lo ven más las mujeres de 18+ en un universo de 902.330 y en menor medida los adolescentes con un universo de 304.122

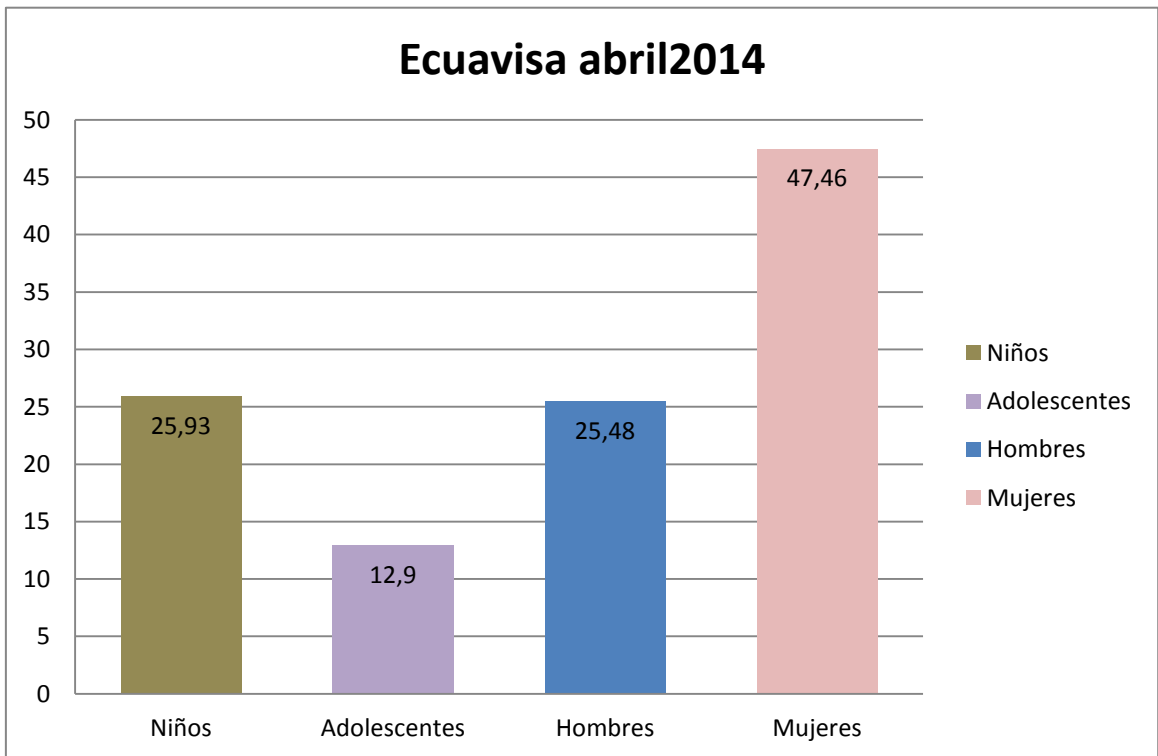


Ilustración 31 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Ecuavisa, abril 2014 Fuente: Ecuavisa

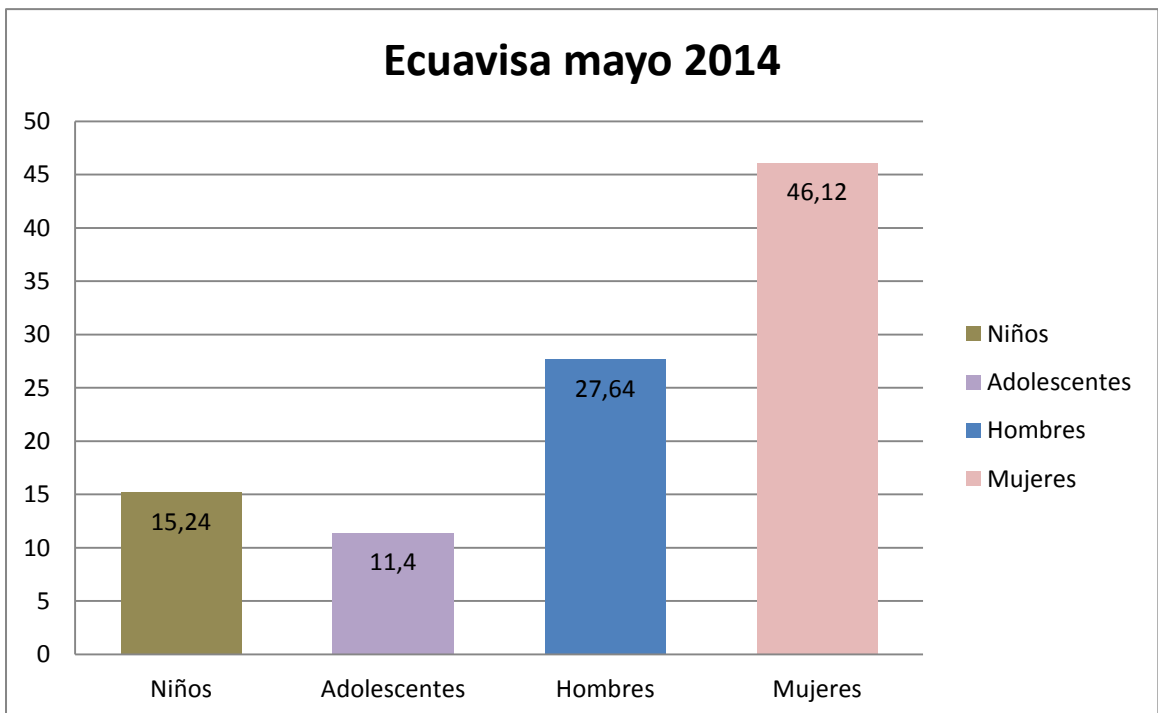


Ilustración 32 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Ecuavisa, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa

En **Teleamazonas** el target que más ve Expresarte es masculino, ya que en abril presenta un porcentaje de 41,41 % que representa en miles a 6.880 hombres que vieron el programa en este mes. El universo de hombres de 18+ es de 834.589.

En el público femenino, el porcentaje es de 45,44% correspondiente al mes de mayo, lo que representa en miles a 5.380 mujeres que vieron el programa con un universo de 902.330 mujeres de 18+.

Vale indicar que el universo de las mujeres es superior al universo de los hombres. No obstante, estas cifras no son tan distantes en cuanto al género que más consumió.

Lo que sí es evidente que los niños no son sus audiencias principales, ya que el cambio de programa de Supernick a Tv Ventas a partir de enero del 2014 deja como consecuencia la baja sintonía de este público tanto en abril con 13,44% y en mayo con 11,19% que promedio en miles representa 1.950 niños que vieron el programa. El universo de este target es de 490.544.

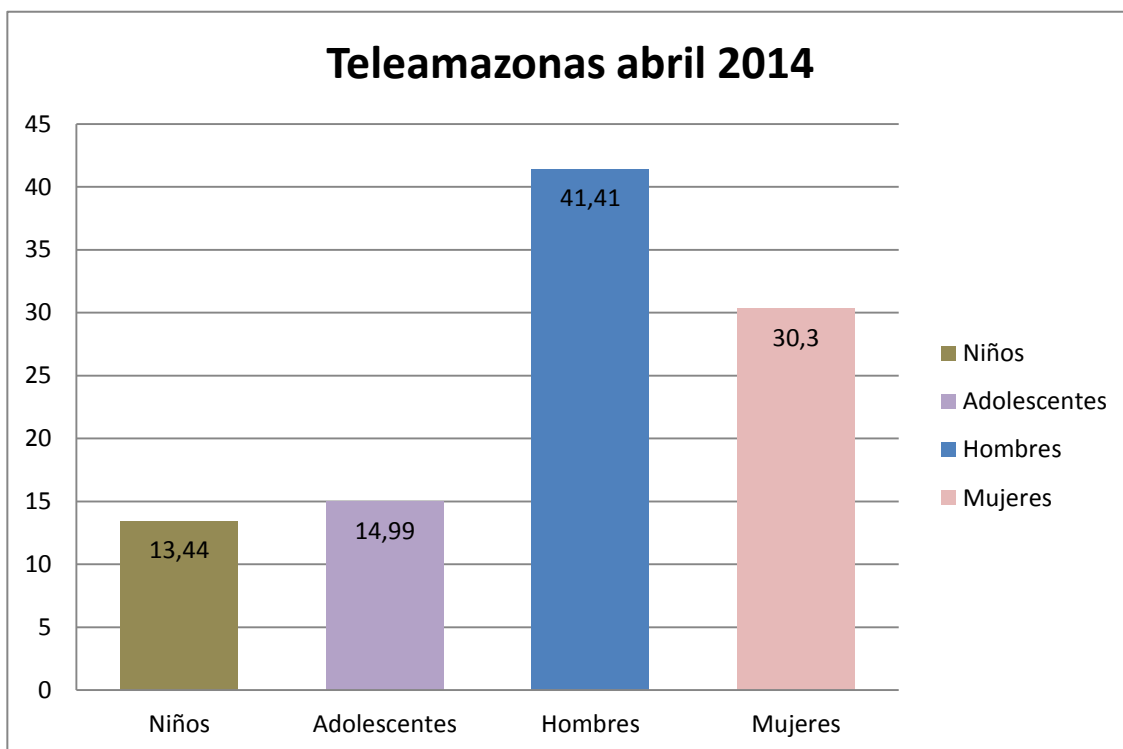


Ilustración 33 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Teleamazonas, abril 2014
Fuente: Ecuavisa

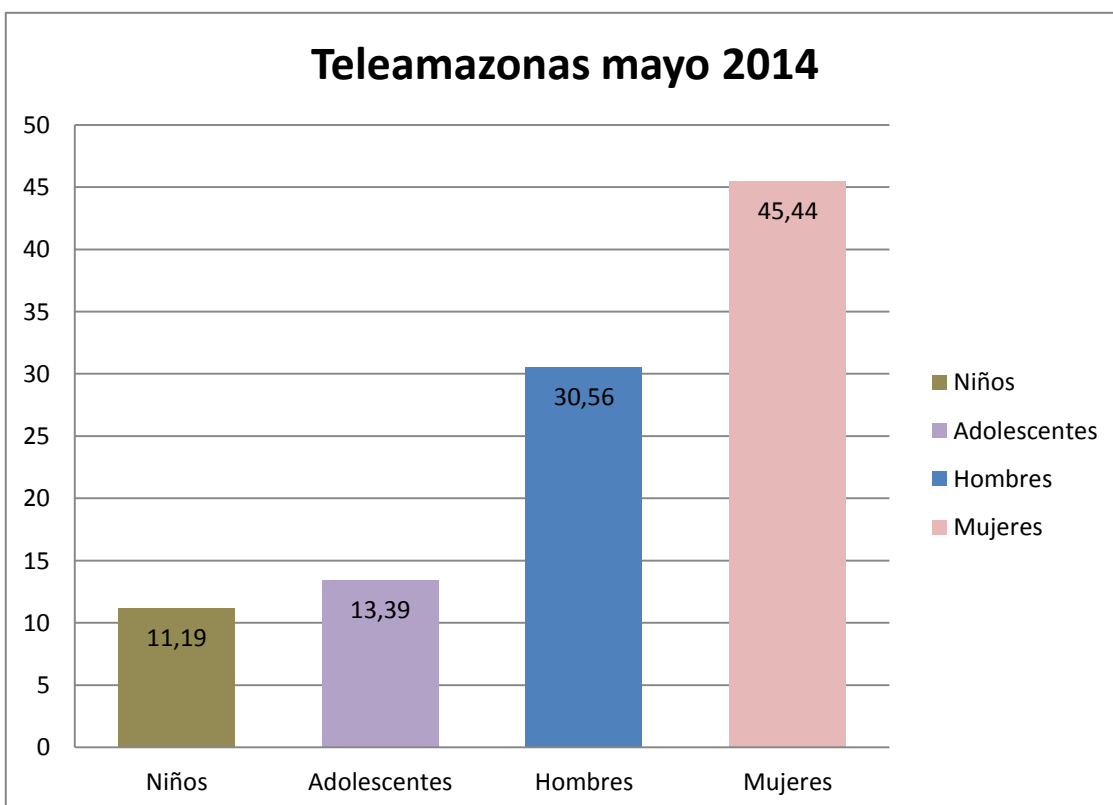


Ilustración 34 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Teleamazonas, mayo 2014
Fuente: Ecuavisa

En **Gama Tv** se observa una estadística pronunciada sobre la mayor sintonía del target femenino en el mes de abril y mayo. El primero con 53,29 % y el segundo con 59,99% esto representa en promedio en miles a 3.140 mujeres que vieron en los dos meses el programa *Expresarte*.

El target que menos ve son los niños con 12,22 % en abril que representa en miles 940 niños que vieron el programa, en un universo de 490.544 y en los adolescentes en mayo con 1,35 % que representa en miles 90 adolescentes con el universo de 304.122.

La baja sintonía de estos dos públicos de debe a que el lead in a partir de febrero 2014 es *Marketing World Wide*.

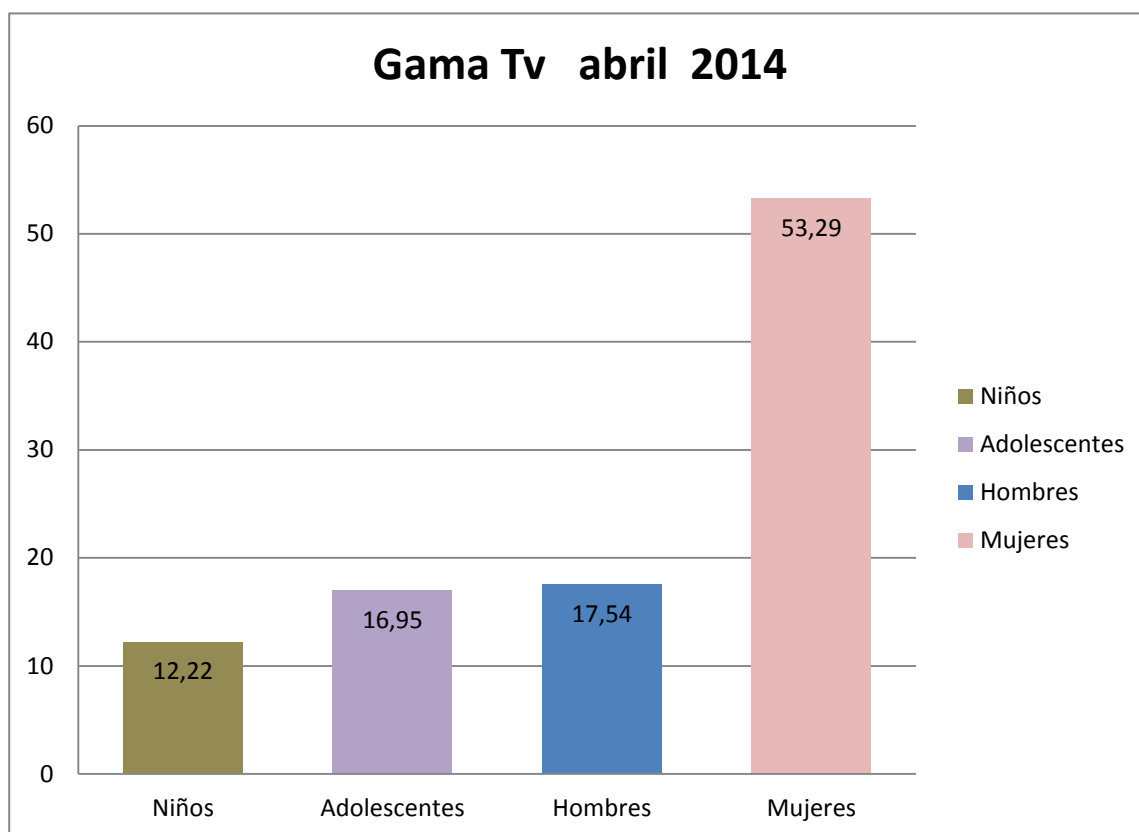


Ilustración 35 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Gama Tv, abril 2014 Fuente: Ecuavisa

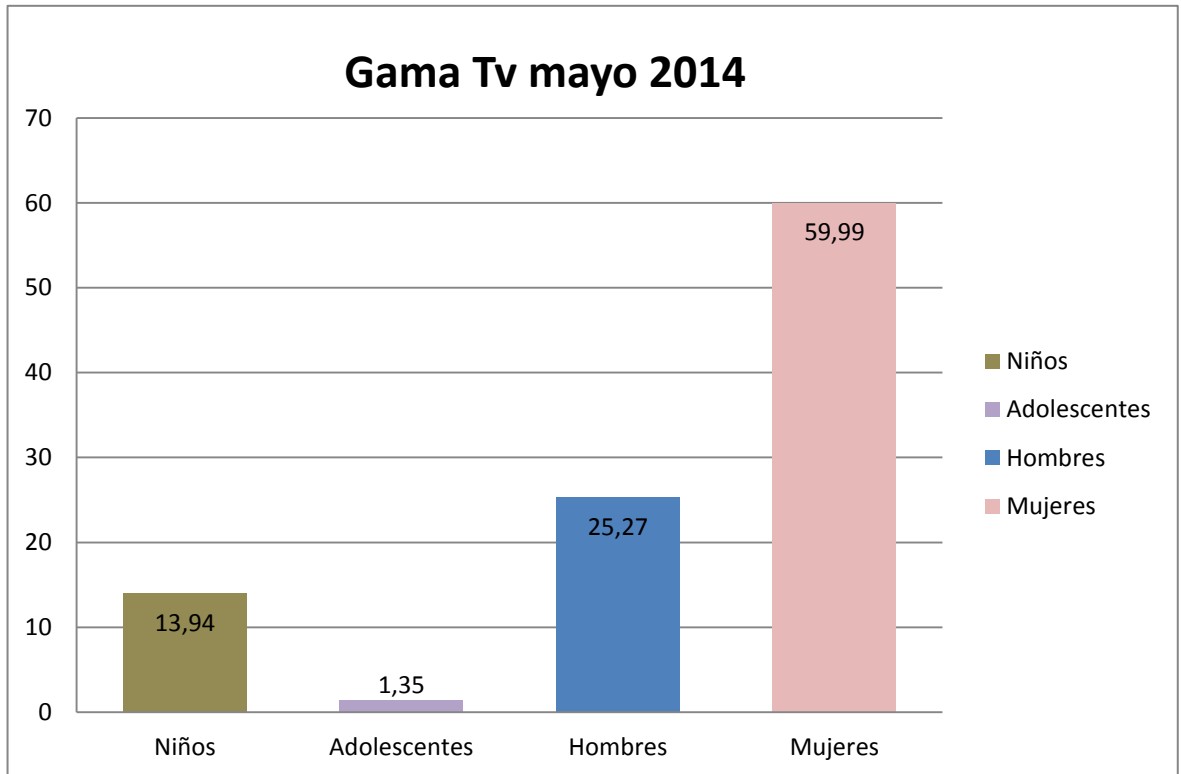


Ilustración 36 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Gama Tv, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa

En **Tc Televisión** también tiene mayor sintonía el target femenino: en abril 41,04 % y 42,39 % en mayo, esto representa en promedio en miles a 9.660 mujeres que vieron el programa *Expresarte* en los dos meses.

Estas cifras son parecidas con las de Ecuavisa, ya que de igual manera el target que menos ve son los adolescentes, en este caso Tc Televisión muestra en abril 3,99 % y en mayo 8,9 % lo que representa en miles en promedio de los dos meses 1.440 de adolescentes que estuvieron observando el programa.

Los gráficos de Tc Televisión son coincidentes con los de Ecuavisa posiblemente porque Tc es el segundo canal que sintonizan todos los targets que ven el programa *Expresarte*.

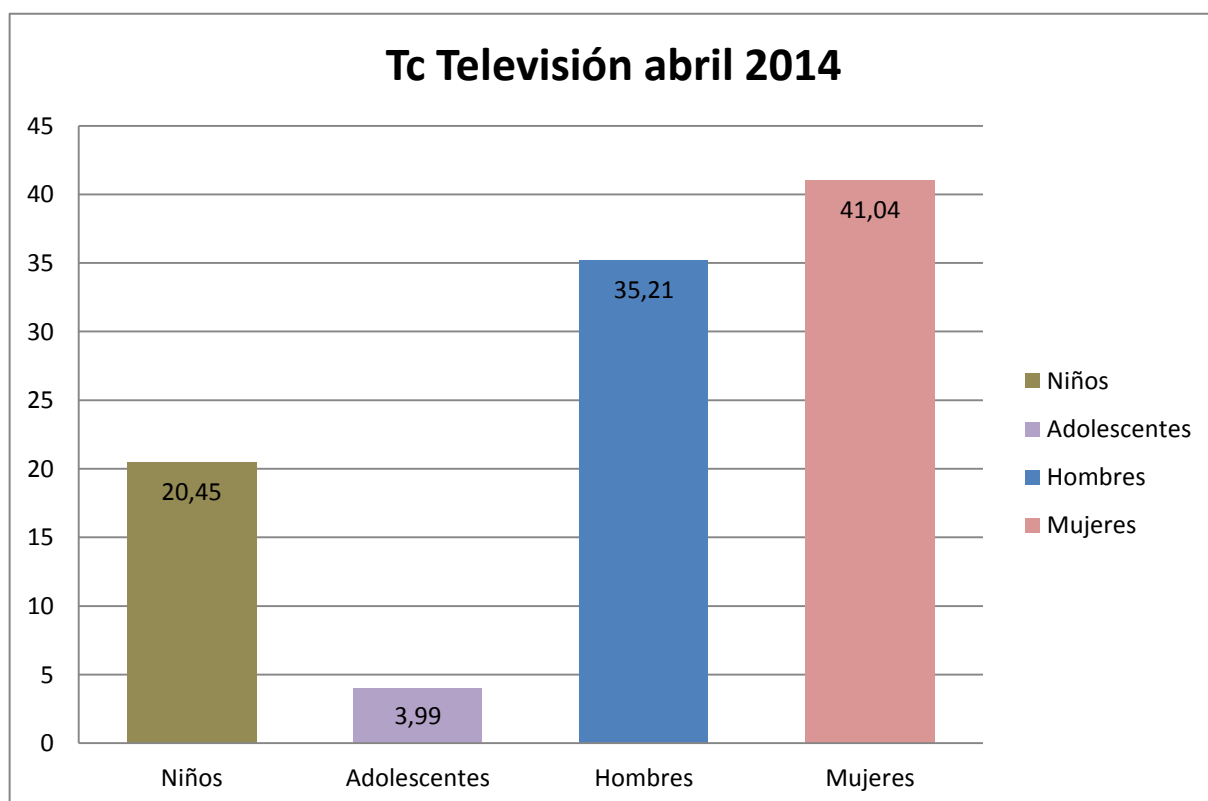


Ilustración 37 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Tc Televisión, abril 2014 Fuente: Ecuavisa

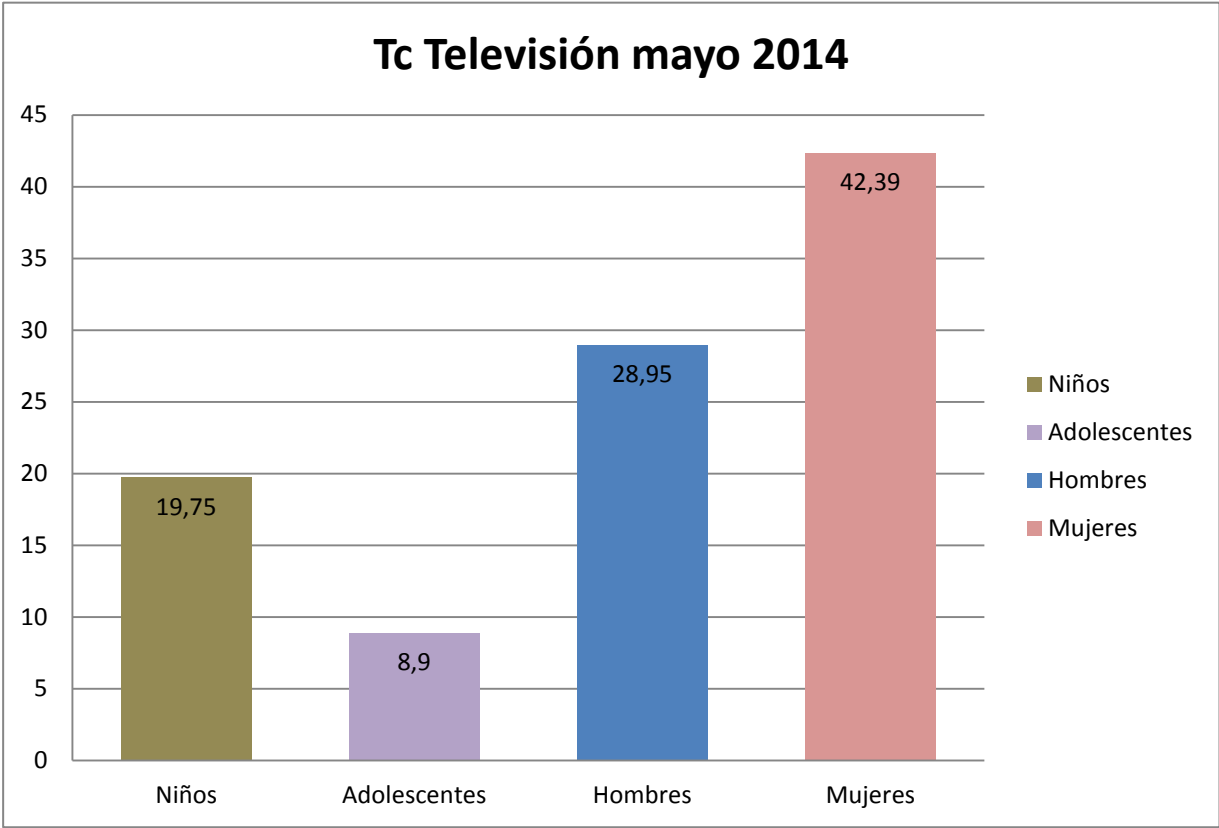


Ilustración 38 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Tc Televisión, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa

RTS muestra que en abril hay un 35,84 % donde lidera el público femenino que representa en miles a 5.450 mujeres que vieron el programa en este mes y en el mes de mayo lo hombres obtienen mayor porcentaje con 39,59 % que representa en miles a 4.890 hombres que vieron el programa.

Al igual que en Teleamazonas no hay un porcentaje parejo en estos dos meses con respecto a la audiencia pero lo que sí se observa de forma semejante que los que menos vieron fueron los adolescentes: en abril 7,68 % y en mayo 10,02%. Esto representa en promedio en miles a 1.490 adolescentes.

Hasta aquí se sigue observando una marcada diferencia de quienes ven y no ven el programa.

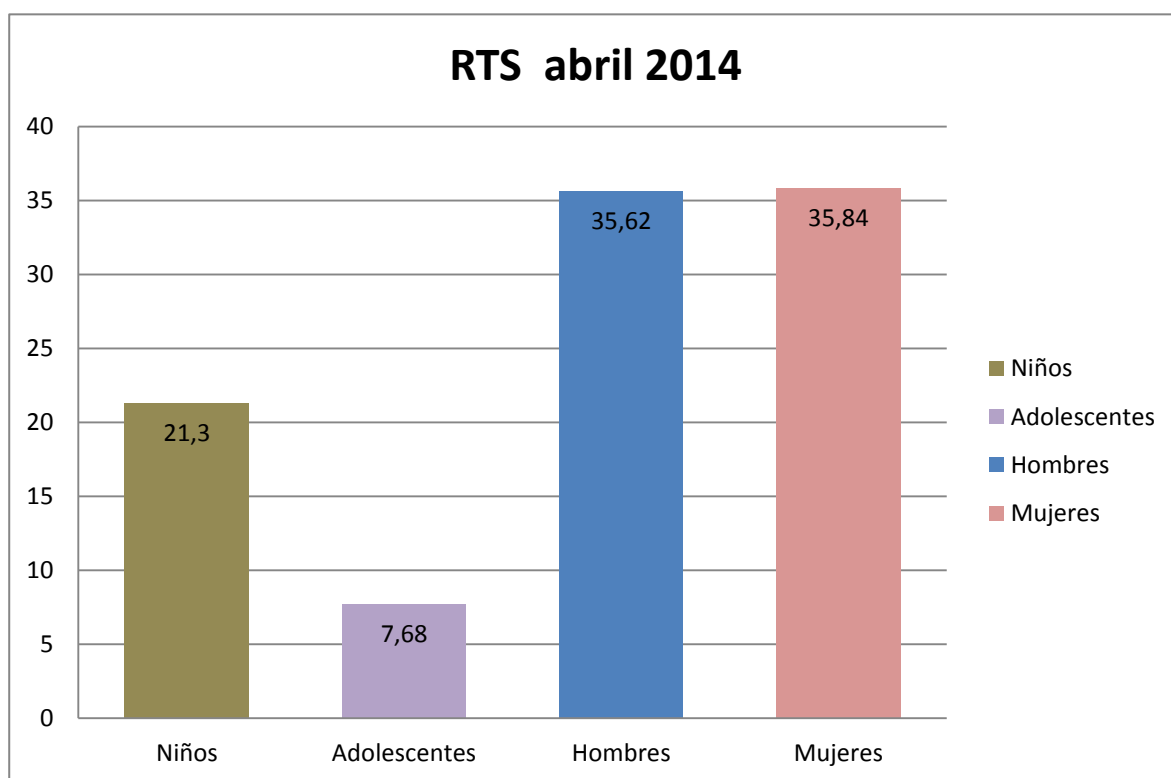


Ilustración 39 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- RTS, abril 2014 Fuente: Ecuavisa

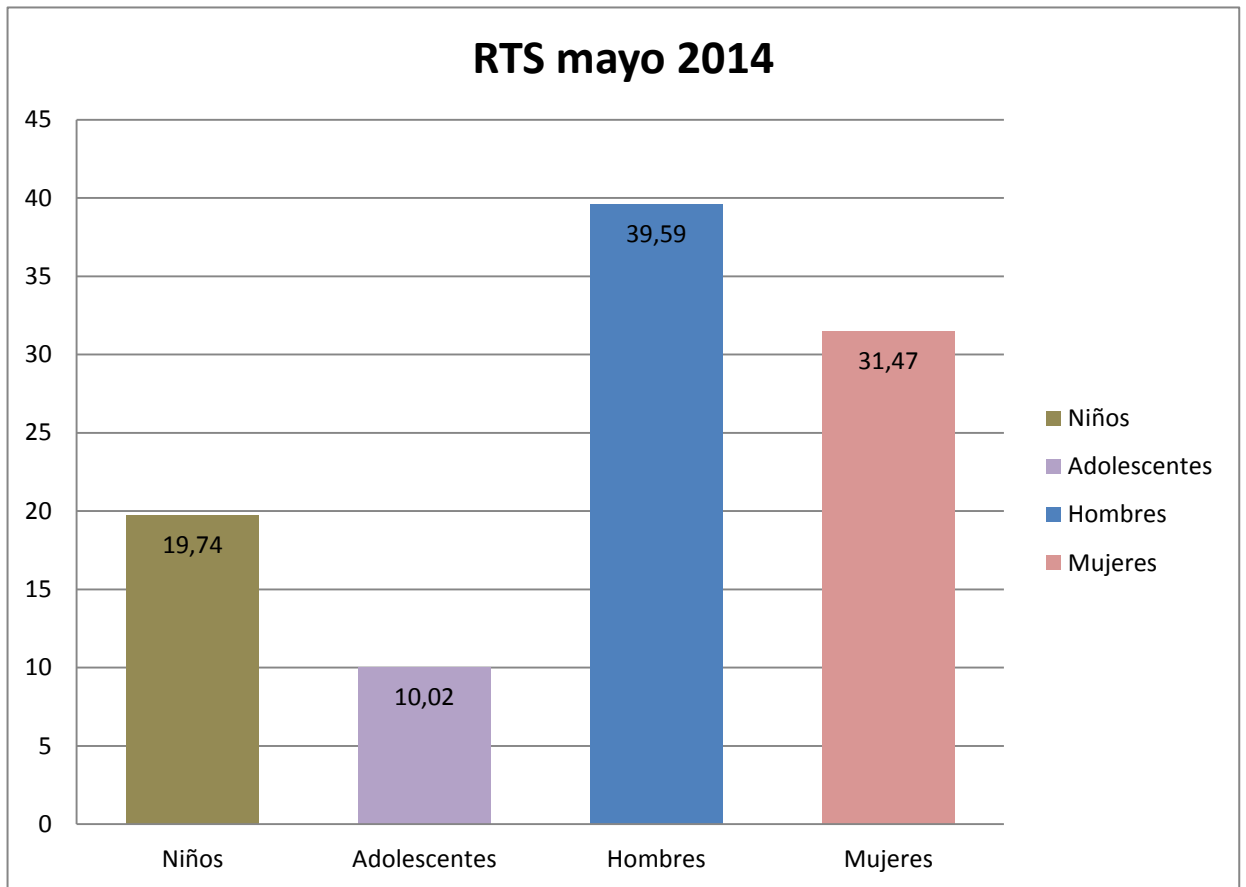


Ilustración 40 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- RTS, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa

En **Canal uno** al igual que en todos las canales anteriores la sintonía del público femenino está por encima de todos los targets, en este canal se observa que en abril hay un 52,58% y en mayo 49,51 %, esto representa en promedio en miles a 6.580 mujeres que vieron en estos dos meses el programa Expresarte.

El target menor es de adolescentes con 5,42 % que representa en miles 680 jóvenes y en el público infantil con 14,75 % en mayo. Esto representa en miles 2.870 niños que vieron Expresarte.

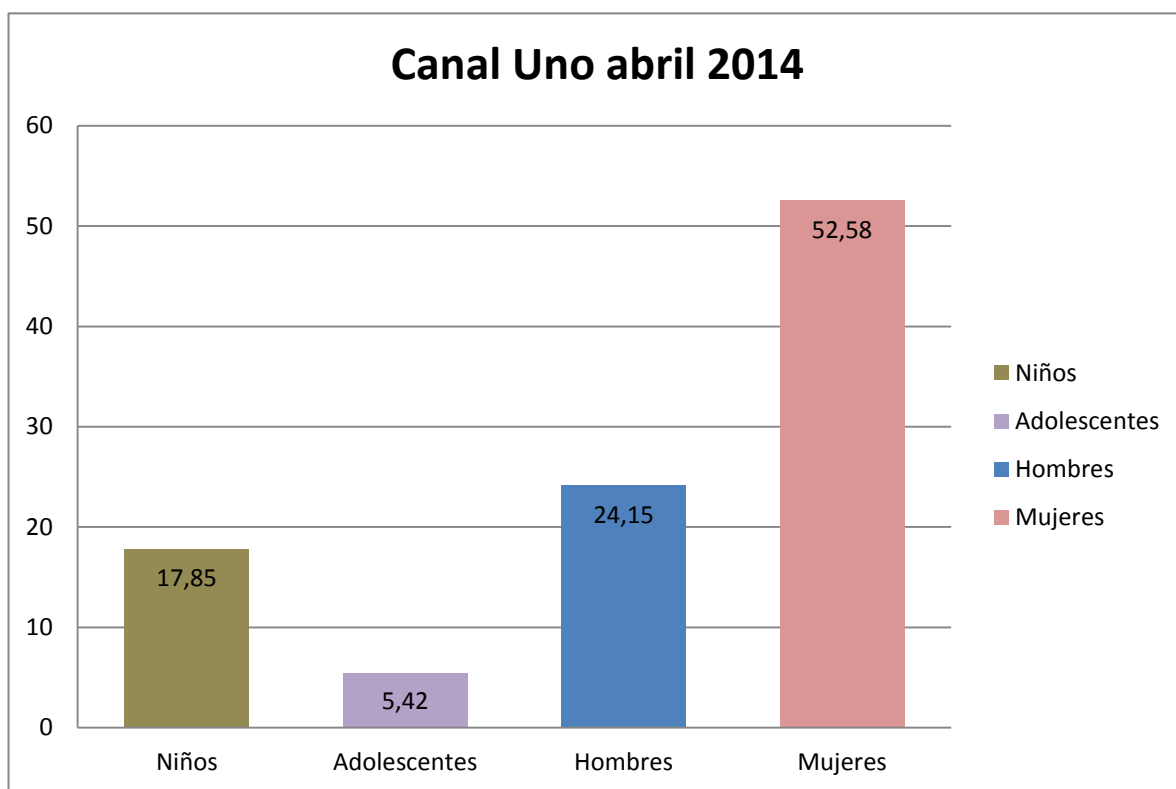


Ilustración 41 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Canal Uno, abril 2014 Fuente: Ecuavisa

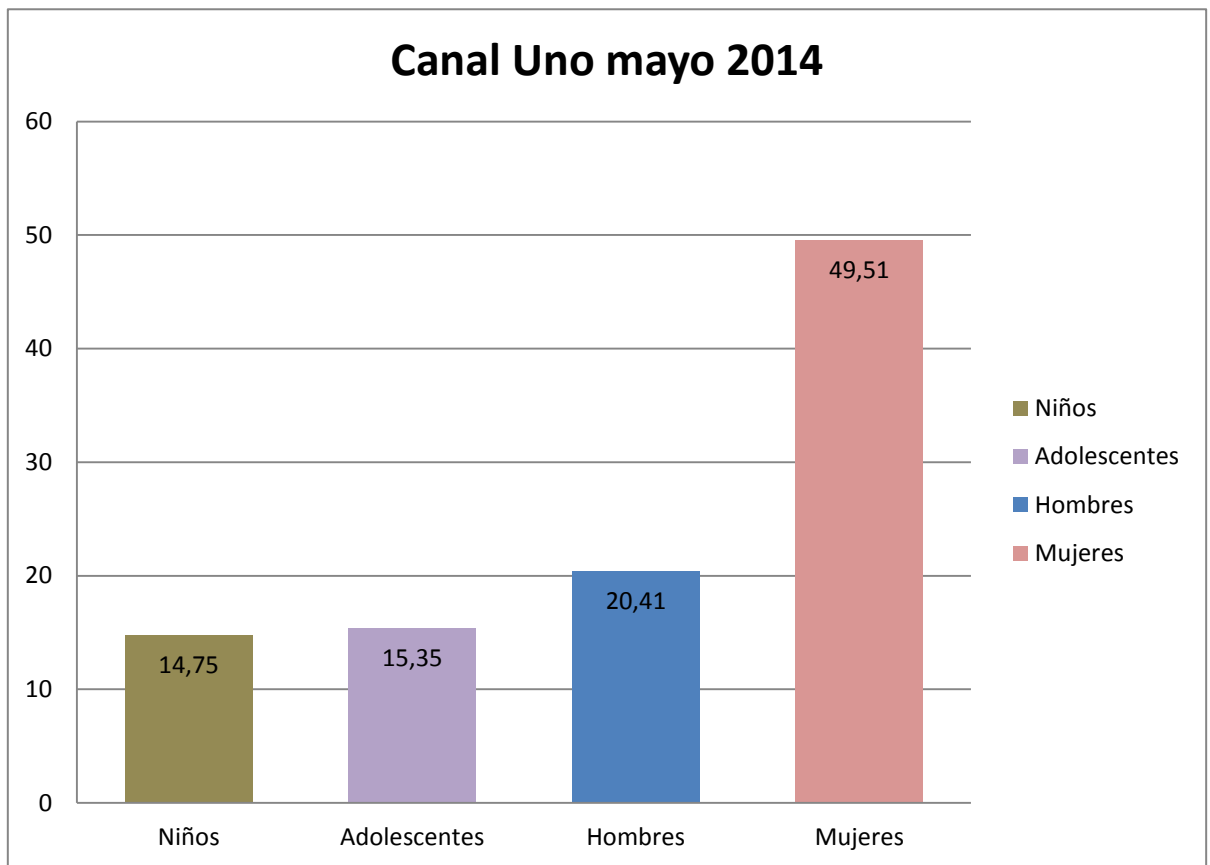


Ilustración 42 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Canal Uno, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa

En **Ecuador Tv** como en la mayoría de los canales lideran las mujeres con el 38,16 % en abril y 46,9 % en mayo. Esto representa en promedio en miles 5.790 mujeres que vieron el programa. La menor sintonía la tienen los adolescentes de 7,24 % en abril y 13, 1 % en mayo que representa en promedio en miles a 1.350 es decir que de los siete canales de señal abierta el target que más predomina es el de las mujeres y los que menos sintoniza son los adolescentes, esto debido a que el programa *Expresarte* está en un horario infantil por ello los niños tienen una mayor participación que los jóvenes.

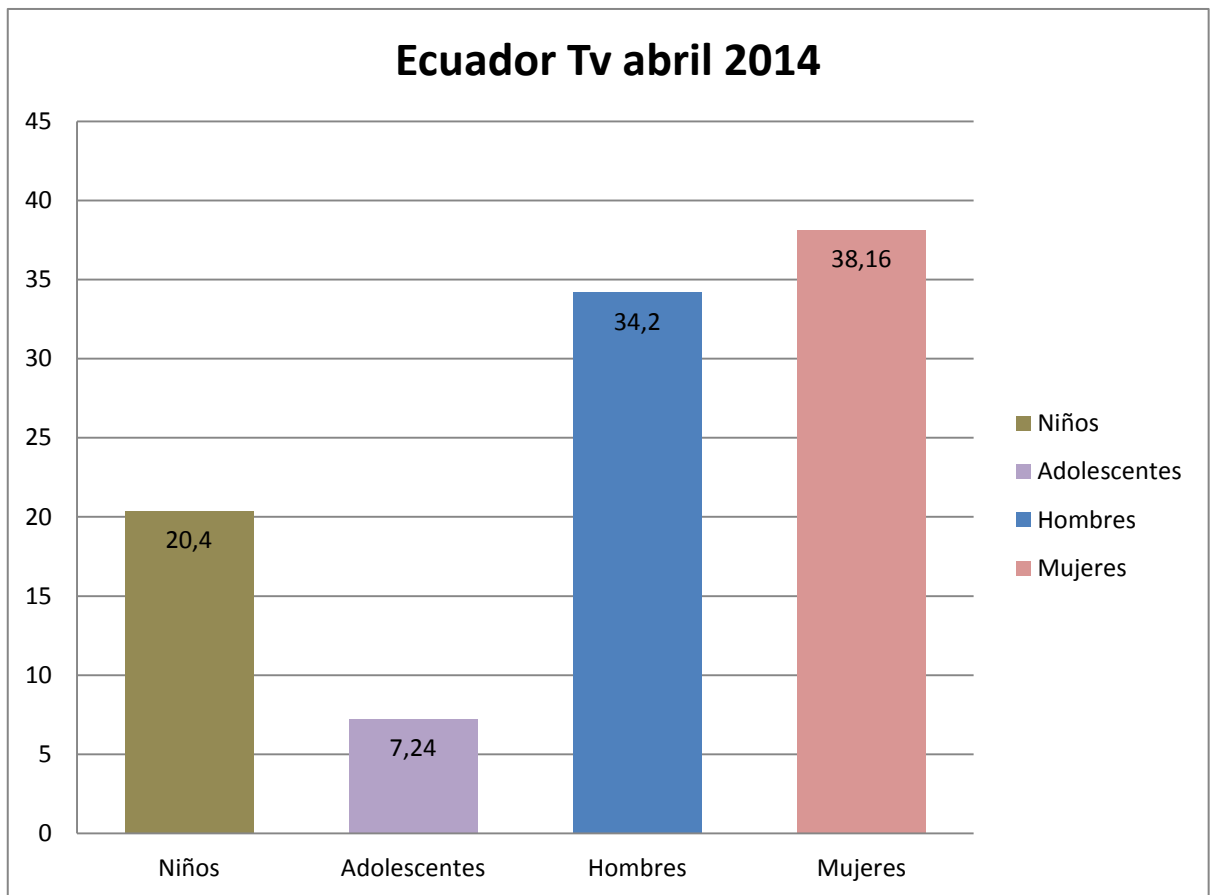


Ilustración 43 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Ecuador Tv, abril 2014 Fuente: Ecuavisa

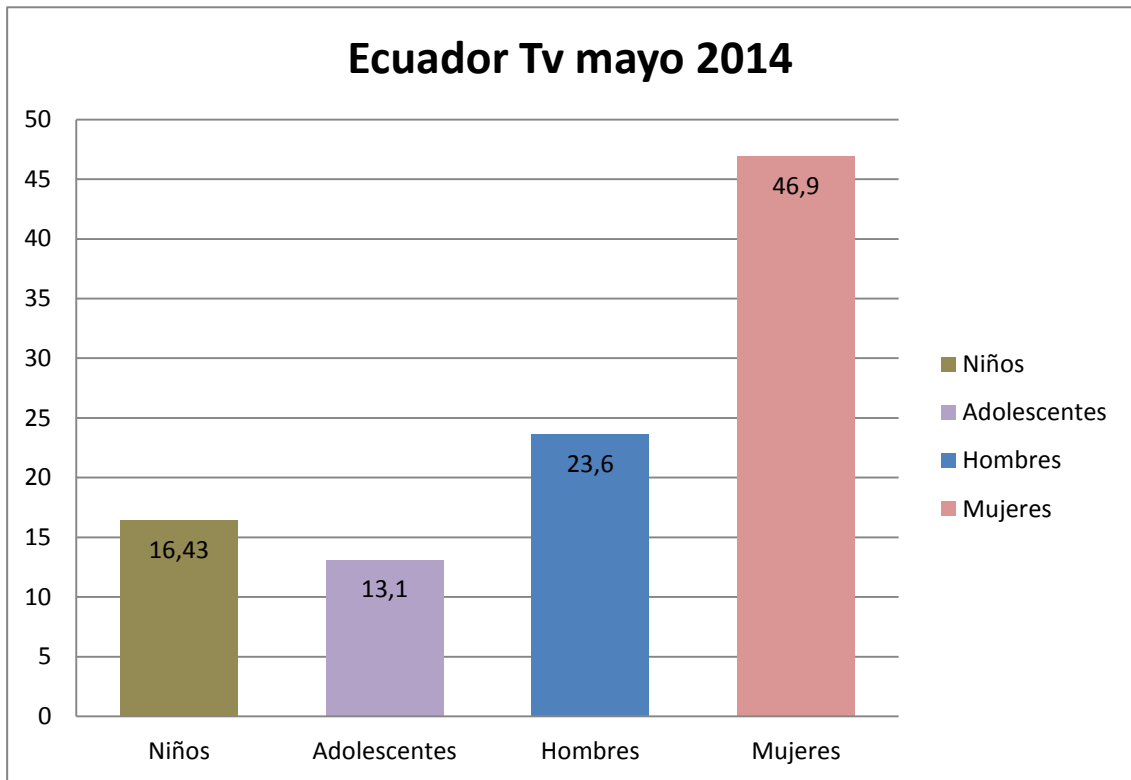


Ilustración 44 Composición de audiencia en rating Hogares ABC- Ecuador Tv, mayo 2014 Fuente: Ecuavisa

4.7. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS PLANTEADA

El programa “Expresarte” presenta poca acogida por parte de los jóvenes esto corresponde a que los temas que se abordan no cumplen con sus gustos e intereses.

En las encuestas realizadas a una Universidad pública y privada en Guayaquil respondieron de manera antagónica la pregunta: ¿Conoce usted el programa Expresarte? Esto debido a que la Universidad pública consume más televisión abierta y por ello la sintonización del programa en este grupo es mayor con un 60 % mientras que la Universidad privada consume menos televisión gratuita y específicamente el programa Expresarte con un 33%.

Esta información sobre la disponibilidad y el hábito de consumo del tipo de televisión se obtuvo gracias a una previa encuesta que realizó la autora de esta investigación, donde se obtuvo como porcentaje que en la Universidad privada el 90% consume televisión pagada y la Universidad pública consume un 64% de televisión abierta. Esta información se la puede ver en Anexos.

En los grupos focales respondieron favorablemente que los temas que aborda el programa Expresarte si son de su interés por otro lado los encuestados de la Universidad privada muestran interés muy bajo con un 26% recalando que un 65% son los que no conocen el programa y el 8 % que respondió negativo. Contrariamente la Universidad pública presenta como cifra mayor un 55% de interés sobre los temas que transmite Expresarte.

En cuanto a la pregunta de la elección de los temas artísticos, los encuestados de las dos Universidades se inclinan por los temas musicales, mientras que en el grupo focal opinan que los temas de las artes plásticas, literarias y escénicas necesitan más cobertura.

A lo que confiere al estudio de rating por tendencia de audiencia se observa que son las mujeres de 18+ quienes observan más el programa Expresarte, seguidamente los hombres de la misma edad. Y los que menos ven son la categoría de los *jóvenes* (12 a 17 años).

En la investigación se obtuvo que precisamente los jóvenes de 17 años de los primeros ciclos son los que más ven Expresarte, no obstante no se puede decir que el estudio es erróneo debido a que la categoría *Jóvenes* comprende otras edades incluyendo la de 17 años y el presente estudio es de 17 hasta 20.

Para detallar puntualmente se concluye que la Universidad privada consume muy poco el programa Expresarte y desconoce en su mayoría la existencia de este programa, mientras que en la Universidad pública la sintonización es mucho mayor.

Lo que significa que la hipótesis fue comprobada de manera parcial de acuerdo al estrato socioeconómico, en este caso por parte de la Universidad Católica.

CAPÍTULO 5

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Basándose a la metodología aplicada que incluye enfoque cuantitativo y cualitativo y herramientas como encuestas, grupos focales, entrevistas en profundidad y el estudio de recepción de abril y mayo del 2014 en los jóvenes de una Universidad pública y una privada en la edad de 17 a 20 años de primero a quinto ciclo. Se ha concluido de la siguiente manera:

- El nivel de recepción del programa *Expresarte* presenta una diferencia opuesta entre la Universidad privada y la Universidad pública, en cuanto a que más de la mitad de la Universidad privada no sabe la existencia de este programa mientras que la pública más de la mitad consume *Expresarte*.
- En el hábito de sintonía se observa que tanto para la Universidad privada como pública no se encuentra una fidelidad mayor, más bien lidera la opción *En varias ocasiones* que representa una sintonía esporádica, temporal o producto del share.
- En cuanto al interés de los temas de *Expresarte*, en la Universidad pública presenta que más de la mitad se sienten complacidos con los contenidos del programa mientras que, en la privada más de la mitad no responden debido a que en su mayoría no ven el programa
- El género musical es el más preferido por los jóvenes, tal como lo menciona su Director General Fabricio Terán, y es por ello que otorgan mayor espacio a los temas sonoros.
- Para ambas categorías el programa es bueno lo que significa que no están totalmente complacidos con el contenido, aquí interviene lo que el grupo focal menciona con respecto a la poca cobertura a los temas de las artes literarias, escénicas, plásticas donde precisamente en el estudio se comprobó que estos temas fueron abordados con un

porcentaje muy bajo, en literatura un 4 %, escénicas un 10 % y plásticas un 7 % con relación a la música que presenta un alto porcentaje de cobertura con un 66 %.

- Por otro lado se obtiene que el rating de acuerdo al canal que lidera en sintonía en este programa se comprobó a través del Market share que es Ecuavisa el más sintonizado y el preferido por los estudiantes.
- Las tendencias mensuales en los siete canales de transmisión abierta se observa que los medios televisivos que poseen programas infantiles como lead in y lead out son los que tienen más arrastre de audiencia por ello fue importante analizar este factor para comprender parte del el rating de Expresarte. No obstante el perfil de la audiencia de este programa en su mayoría son las Mujeres de 18+ seguidamente los hombres en la misma edad y en tercer lugar los niños, considerando que esta categoría pertenece a la edad de 3 a 11 años y los que menos ven son los jóvenes de 12 a 17 años.
- Según los dos gráficos de “Desempeño minuto a minuto en rating-target hogares ABC- siete canales de señal abierta” es bueno, pero esto se debe al rol importante que cumple los lead in, ya que la transición del programa anterior a Expresarte existe un arrastre significativo de audiencia que se constata cómo poco a poco se van desintonizando, es decir hay una fuga sumamente alta al inicio del programa, lo que demuestra que no es un programa preferido por la audiencia. En los canales con más rating son Ecuavisa y Tc Televisión; el primero como lead in tiene a Doraemon y el segundo Kim Possible ambos son series infantiles. Los gráficos mencionados se encuentran en Anexos.

5.2. RECOMENDACIONES

El objetivo del programa Expresarte como representación de la cultura ecuatoriana ha sido educar al televidente a través de imágenes y contenidos que están llenos de simbología autóctona, de manera que se fomente la identidad nacional y lograr que el televidente forme parte de lo que somos. Es decir Expresarte es una representación de la cultura a través del arte. A lo que concierne este espacio se recomienda a las diferentes instituciones, medios, estudiantes y en general al ciudadano lo siguiente:

Al Ministerio de Cultura y Patrimonio:

- Seguir apoyando a Expresarte y que dentro del FODA no sea la debilidad de este programa el temor de desaparecer del aire, así lo menciona el Director Fabricio Terán donde señala que hay una falta de comprensión por parte del Ministerio, ya que no tienen muy en claro qué es el arte, cuál es el rol y cómo se lo aborda en la televisión.
- Que el Ministerio siga apoyando más producciones de este corte y que Expresarte no sea el único con esta línea educativa, cultural, artística, y abordada de manera no elitista sino más bien popular, dinámica que gusta a todo público y no solo a quienes hacen arte.

A la Secretaria Nacional de Comunicación (SECOM):

- De acuerdo al estudio realizado tanto los estudiantes de la U. Pública y Privada mencionan inconformidad con el horario, y proponen sea transmitido en diferente franja horaria y no cadena nacional, para que haya oportunidad de que el programa sea mas visto.

Al equipo de producción de programa Expresarte:

- Elaborar de forma equilibrada los temas artísticos para evitar ser catalogado como solo musical cuando en realidad es diverso.

A los medios de comunicación:

- Tomar en cuenta la responsabilidad social que tienen todos los medios de comunicación de educar a través de sus contenidos y contribuir a la formación intelectual e integral del público ofreciendo productos audiovisuales enriquecedores.
- Apostar por los programas culturales minimizará paulatinamente el imaginario en el público de que el arte y la cultura es aburrido, por tal dar el primer paso de crear una producción nacional de este corte contribuirá a ver en un futuro una televisión más ilustrativa.
- Contribuir en el discurso de apertura y valoración de la producción nacional que ha incentivado el Gobierno con el fin de educar a la audiencia a ver formatos ilustrativos y nacionales, esto se logra si los medios incluyen en mayor medida en sus parrillas televisivas más productos audiovisuales culturales para lograr en el televidente el apego y afinidad a los programas nacionales.

A los estudiantes de las carreras de periodismo y en general a las que están ligadas al medio audiovisual o arte:

- Tomar en cuenta este tipo de programaciones, ya que también es necesario tener criterios artísticos y culturales y tener conocimiento de los cambios que están sucediendo paulatinamente en la televisión ecuatoriana.

Al ciudadano común:

- Apoyar y permitir que estos programas culturales continúen y dejar a un lado los programas banales que es lo que más prima en la Tv ecuatoriana por ser el que más rating tiene.

6. BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Quito.

Manuela Hernández y Miguel A. Robles. (1995). Television y Cultura. *Comunicar 4*, 95-98.

Asamblea Nacional. (2013). *LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN*. Quito: Almacén editora Nacional.

AUC, CAVE, CEACU, CEAPA, CONCAPA, CC.OO, UGT, OCU, UCE, FIATYR. (1997). MANIFIESTO CONTRA LA TELEVISION BASURA. *Manifiesto contra la televisión basura*, (págs. 1-4). Madrid.

Barbero, Jesús Martín. (2001). CLAVES DE DEBATE/ TELEVISIÓN PÚBLICA, TELEVISIÓN CULTURAL: ENTRE LA RENOVACIÓN Y LA INVENCION. En J. M. Barbero, *TELEVISIÓN PÚBLICA, TELEVISIÓN CULTURAL: ENTRE LA RENOVACIÓN Y LA INVENCION* (págs. 15-18). Bogotá: Centro de competencia en Comunicación para América Latina .

CLIFFORD GEERTZ. (1989). EL IMPACTO DEL CONCEPTO DE CULTURA EN EL CONCEPTO DEL HOMBRE. *La interpretación de las culturas*, 43-59.

Concepción Medrano Samaniego, P. A. (2007). La televisión y el desarrollo de valores . *Revista de educación*, 307-328.

Diccionario de la Real Academia Española. (2001). *Real Academia Española*. Recuperado el 25 de junio de 2014, de Real Academia Española: <http://www.rae.es/>

Dr. José Cegarra. (5 de Enero de 2012). *FACSO(Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Chile)*. Recuperado el 20 de Julio de 2014,

de FACSO(Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Chile):
<http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/moebio/43/cegarra.html>

Ecuador Inmediato. (18 de Junio de 2013). *Ecuador Inmediato*. Recuperado el 28 de junio de 2014, de Ecuador Inmediato: http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=199227&umt=ministro_velasco3a_ley_de_comunicacion_desafeda_la_creacion_cultural_de_ecuador

El Telégrafo. (9 de Junio de 2014). *El Telégrafo*. Recuperado el 16 de Junio de 2014, de El Telégrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/un-ano-despues-de-la-loc-la-tv-no-termina-de-aplicar-cambios.html>

Explorable. (1 de Septiembre de 2009). *Explorable*. Recuperado el 17 de Junio de 2014, de Explorable: <https://explorable.com/es/muestreo-por-cuotas>

García, E. P. (2010). XVIII congreso valenciano de Filosofía . *Cultura, estructura social y naturaleza en Clifford Geertz*. Valencia, España: Maquetación: JPM Ediciones.

GENERAL GUILLERMO RODRIGUEZ LARA. (1975). *LEY DE RADIODIFUSION Y TELEVISIÓN*. Quito: Decreto Supremo No. 256-A Registro Oficial No. 785 .

Guillermo Orozco Gómez, María Inmacolata Vassallo de Lopes, Coordinadores Generales. (2013). *OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DE LA FICCIÓN TELEVISIVA*. Editora Sulina/GU, 2013.

Hiernaux, D. (2007). Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos. *EURE*, pp. 17-30.

Jesús Martín Barbero, G. R. (2000). Televisión pública, cultural, de calidad. *Revista Gaceta*, 50-61.

Lindón, A. (23 de febrero de 2007). Diálogo con Néstor García Canclini ¿Qué son los imaginarios y cómo actúan en la ciudad? *Eure*, 89-99.

Marcelo del Pozo, D. d. (2012). <http://www.nciwebtv.tv/>. Recuperado el 08 de Junio de 2014, de <http://www.nciwebtv.tv/>: http://www.nciwebtv.tv/H5/index_video.php?i=7012

María Amor Pérez Rodríguez Huelva. (22 de Julio de 2005). *Arias Montano, Repositorio institucional de la Universidad de Huelva*. Recuperado el 15 de julio de 2014, de Arias Montano, Repositorio institucional de la Universidad de Huelva: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/1232>

María Elena Infante Miranda, R. C. (2011). PRESERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL: UNA NECESIDAD EN LA ACTUALIDAD. *Arte y sociedad Revista de investigación*, 1-8.

Marta Serrano, G. O. (2007). Televisión educativa y audiencias: una aproximación conceptual. *Tecnología y comunicación educativas NO.44*, 07.

Ministerio de Educación. (24 de Junio de 2013). *Educa*. Recuperado el 18 de junio de 2014, de Educa: <http://www.educa.ec/>

Mogrovejo, P. (10 de Junio de 2014). ¿Cuál ha sido lo efectos que ha tenido Expresarte? (S. Hidalgo, Entrevistador)

Molano, O. L. (Abril de 2006). La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial . *Territorios con identidad Cultural*, 1-24.

Nilda Jacks, A. M. (2011). *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: "Quipus", CIESPAL.

Omar Rincón. (22 de Julio de 2003). *MiniEducación, Ministerio de Educación Nacional*. Recuperado el 10 de Junio de 2014, de

MiniEducación, Ministerio de Educación Nacional:
<http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-88019.html>

Pinzón, F. (20 de junio de 2014). ¿Por qué se ha elegido el horario infantil para Expresarte? (S. Hidalgo, Entrevistador)

Poma, F. R. (2 de noviembre de 2008). *Televisión satelital news*. Recuperado el 29 de Julio de 2014, de Televisión satelital news: <http://megadigitalnews24.blogspot.com/2008/11/la-historia-de-la-television-en-ecuador.html>

Prieto, T. F. (25 de Marzo de 2011). Propuestas para la investigación en comunicación audiovisual: publicidad social y creación colectiva en Internet. *Tejuelo*, nº 12, 156-172.

Reina, L. G. (2004). Juventud y medios de comunicación. La televisión y los jóvenes: Aproximación. *ÁMBITOS*, (pp. 115-129).

SÁEZ, F. T. (2005). En torno a la interculturalidad: reflexiones sobre cultura y comunicación para la didáctica de la lengua. *PORTA LINGUARUM*, 23-39.

Terán, F. (Compositor). (2014). Entrevista sobre El programa Expresarte . [D. General, Dirección] Quito , Pichincha , Ecuador .

TIEB. (26 de Enero de 2012). <http://www.nci.tv>. Recuperado el 8 de Junio de 2014, de <http://www.nci.tv>: <http://www.nci.tv/index.php/home/menunosotros/submenu-teib/subsubmenu-programa-teib>

Time I Bope. (s.f.). *I Bope Time*. Recuperado el 30 de Julio de 2014, de I Bope Time: <http://www.peoplemeter.cl/timeibope/rating.asp>

Wolf, M. (1987). Contextos y paradigmas en la investigación sobre los media. *Publicado en WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas*, 2-3.

ANEXOS

ANEXO A

RATING DEL MES DE ABRIL EN GUAYAQUIL DEL 2014						
ECUAVISA	RTS	TELEAMAZONAS	ECUADOR TV	GAMATV	TCTELEVISIÓN	CANAL UNO
5,5	1,75	1,55	1,3	0,95	2,41	1,13
TOTAL: 14,59						

Tabla 12 Rating de abril del 2014 Fuente: Ecuavisa

RATING DEL MES DE ABRIL EN GUAYAQUIL EN NUMERO DE HOGARES						
ECUAVISA	RTS	TELEAMAZONAS	ECUADOR TV	GAMATV	TCTELEVISIÓN	CANAL UNO
36,470	11,580	10,250	8,630	6,280	15,980	7,480
TOTAL: 96,67						

Tabla 13 Rating de abril del 2014 en número de hogares Fuente: Ecuavisa

RATING DEL MES DE MAYO DEL 2014 EN GUAYAQUIL						
ECUAVISA	RTS	TELEAMAZONAS	ECUADOR TV	GAMATV	TCTELEVISIÓN	CANAL UNO
4,08	1,56	1,5	1,42	0,62	2,28	1,36
TOTAL: 12,82						

Tabla 14 Rating de mayo del 2014 Fuente: Ecuavisa

RATING DEL MES DE MAYO EN GUAYAQUIL NUMERO DE HOGARES						
ECUAVISA	RTS	TELEAMAZONAS	ECUADOR TV	GAMATV	TCTELEVISIÓN	CANAL UNO
27,040	10,370	9,960	9,380	4,080	15,090	8,990
TOTAL: 84.91						

Tabla 15 Rating de mayo en número de hogares Fuente: Ecuavisa

ANEXO B

Región: Guayaquil; Target: Hogares Total(U:662,728.5/C:249); Día: 12/04/2014

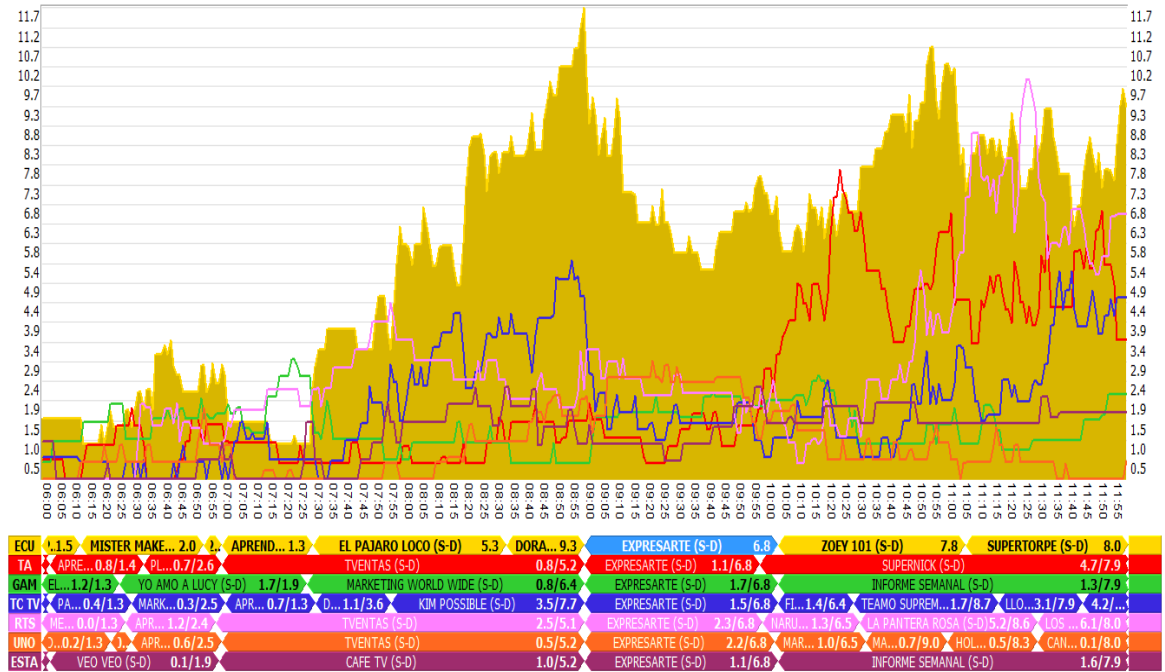


Tabla 17 Medición del rating en los siete canales de transmisión abierta, del 12 de abril del 2014
Fuente; Ecuvisa

Región: Guayaquil; Target: Hogares Total(U:662,727.8/C:238); Día: 17/05/2014

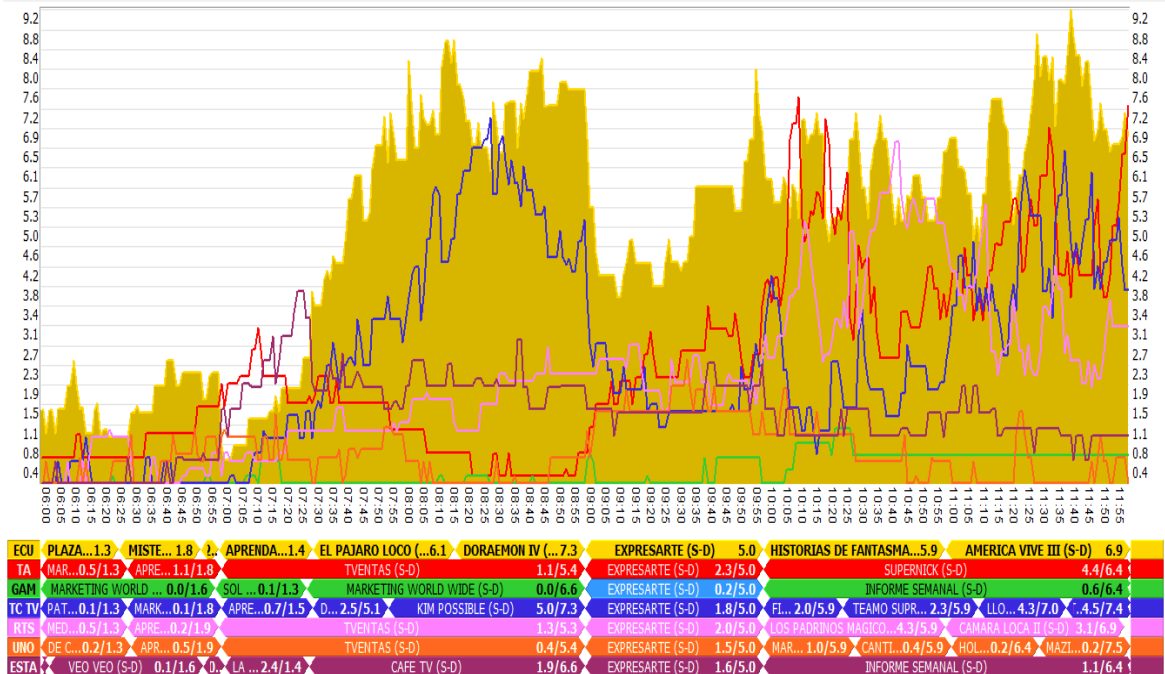


Tabla 16 Medición del rating en los siete canales de transmisión abierta, del 17 de mayo del 2014
Fuente; Ecuvisa

ANEXO C



Ilustración 45 ¿Qué tipo de Tv dispone y ve habitualmente? Universidad Privada



Ilustración 46 ¿Qué tipo de Tv dispone y ve habitualmente? Universidad pública

ANEXO D

MODELO DE ENCUESTA

Edad: _____ Sexo: F M Ciclo: _____

Encuesta

Universidad Privada- Pública

Realizado el ____ de julio del 2014

1.- ¿Sintoniza usted programas culturales?

Si No

2.- ¿Conoce usted un programa cultural en los siete canales de transmisión abierta?

Si No

3.- ¿Conoce usted el Programa Expresarte?

Si No

4.- ¿Cuántas veces ha sintonizado el programa Expresarte?

Primera vez En varias ocasiones Todos los sábados

5.- ¿El/Los tema (s) que presentan es/son de su interés?

Si No

6.- De los temas que presenta el programa Expresarte, elija un solo ítem del género artístico que usted prefiere ver:

Música Danza Teatro Cine Pintura

Literatura Grafiti artesanía Otros

7.- ¿Cómo cataloga el Programa Expresarte?

Excelente Bueno Regular Malo

8.- ¿En qué canal habitualmente usted sintoniza el Programa Expresarte?

Ecuavisa RTS Teleamazonas Ecuador Tv

Gamatv Tc Televisión Canal Uno